

© 5.95 € MARZO ESPAÑA 2026

ESPAÑA

VOGUE

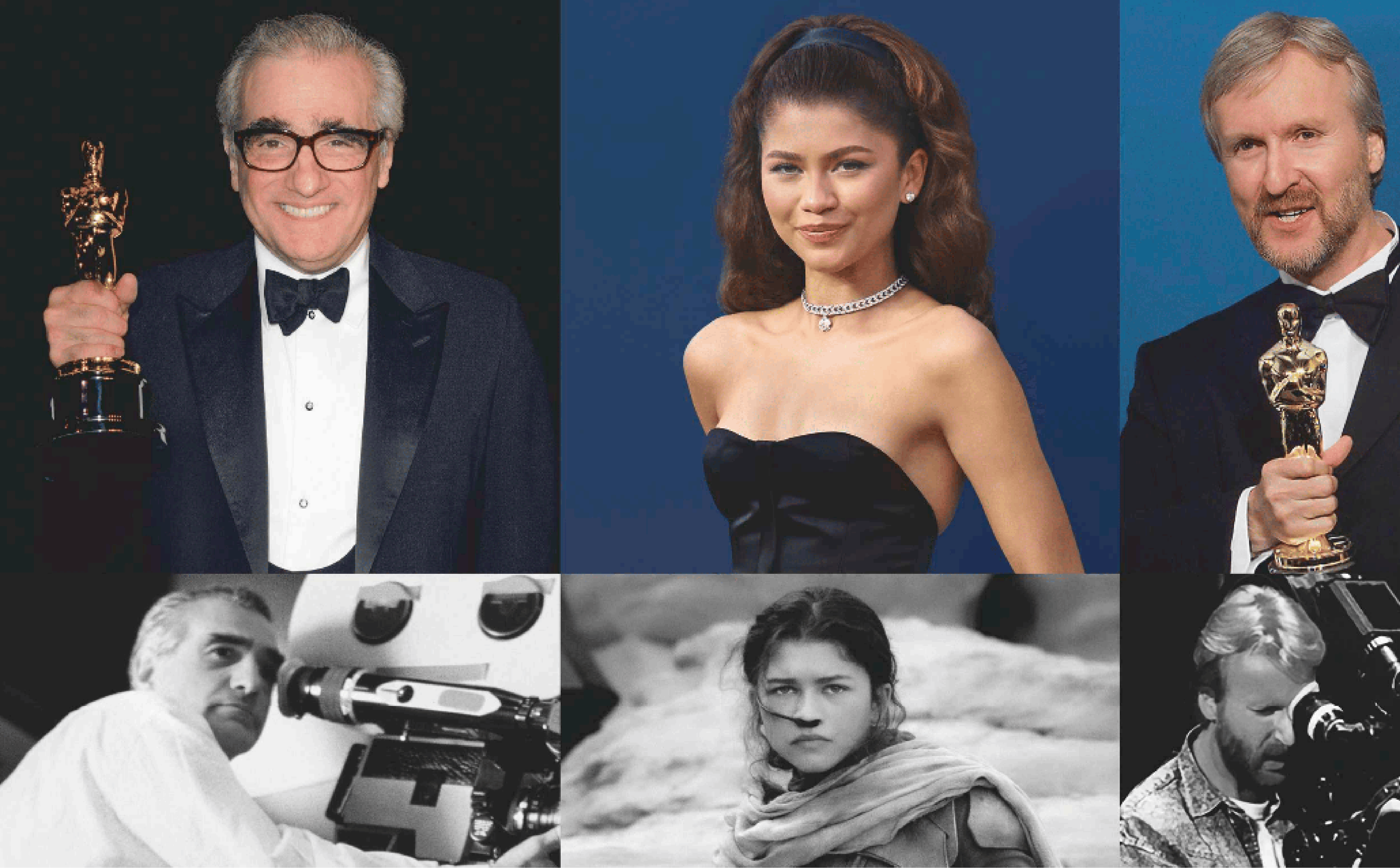
EL ENSAYO

PEDRO ALMODÓVAR
BÁRBARA LENNIE
VICTORIA LUENGO
AITANA SÁNCHEZ-GIJÓN
MILENA SMIT

ILLAN COOMBE

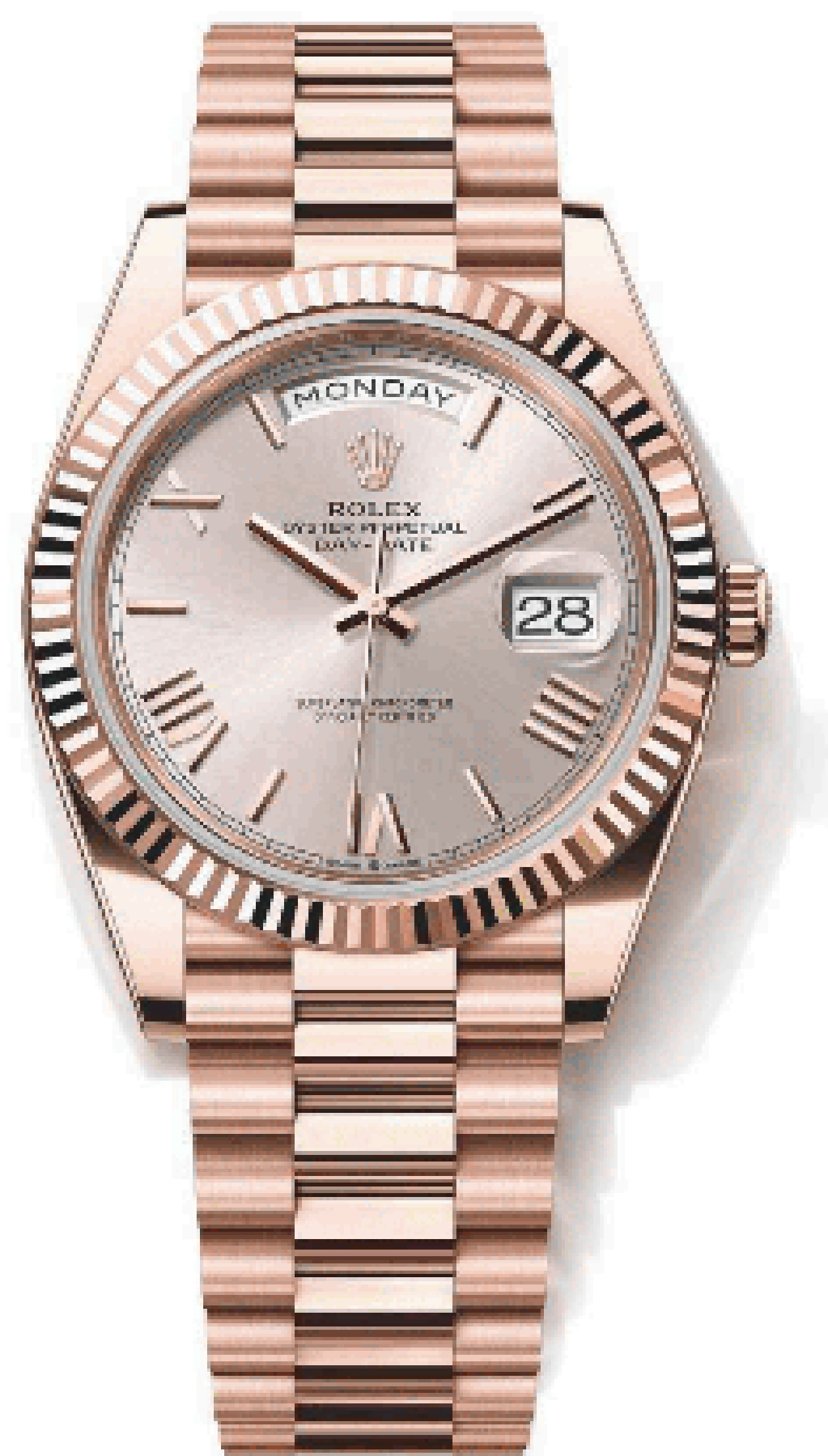
PARIS



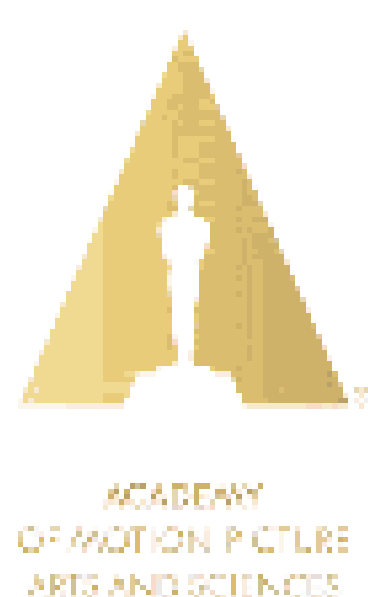


REACH FOR THE CROWN





EL DAY-DATE





Dior







טווח טווח





GIORGIO ARMANI

VITTORIA CERETTI

Madrid, Galería Canalejas - Marbella, Puerto Banús



MaxMara





ART DIR: PAUL MARCIANO PH: MORELLI BROTHERS © GUESS®, INC. 2026

GUESS

with

CHIARA FERRAGNI

GUESS.EU

SKIN GLOW
HIDRATANTE LUMINOSO

SKIN WEAR
MATE NATURAL



DIOR FOREVER

NUEVO

BASE DE MAQUILLAJE 24H CON TRATAMIENTO
ÁCIDO HIALURÓNICO - NIACINAMIDA - PÉPTIDOS

VOGUE

ESPAÑA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
INÉS LORENZO

REDACTORA JEFE CECILIA CASERO

MODA
DIRECTORA DE MODA SARA HERNANDO
REDACTORA JEFE DE MODA NUALA PHILLIPS
ESTILISTAS MARTA BAJO, PATRICIA LÓPEZ
REDACTORAS NURIA LUIS, ALEXANDRA LORES, LAURA SOLLA
COMMERCE EDITOR MAYTE SALIDO

BELLEZA
DIRECTORA DE BELLEZA ANA MORALES
REDACTORA VIOLETA VALDÉS

CULTURA
EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ

ESTILO DE VIDA
GARBINÉ CONTINENTE

SENIOR MANAGER AUDIENCE DEVELOPMENT MARINA VALERA
SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA ANA GÁNDARA

JEFE DE EDICIÓN Y CIERRE PEDRO SÁNCHEZ DE COS
ADAPTACIÓN Y TRADUCCIÓN ESTHER GIMÉNEZ
TALENT ASSOCIATE EDITOR INGRID DE LA PUENTE
SENIOR CONTENT OPERATIONS MANAGER BEATRIZ DE ASÍS
CONTENT OPERATIONS MANAGER LUCÍA PREGIGUEIRO
CONTENT OPERATIONS ASSOCIATE JUAN ALBERTO FUENTES
ADMINISTRACIÓN MARGARITA TOFIÑO
VISUALS EDITOR & PHOTO STUDIO DIRECTOR REYES DOMÍNGUEZ
STUDIO ASSOCIATE SILVIA DE LA ROSA
VISUALS EDITOR JULIETA SARTOR

ARTE
LORETO DOMÍNGUEZ

COLABORADORES
NATHAN HELLER, GABY WOOD, SEBASTIÁN FAENA, RAFAEL PAVAROTTI, FAUSTO ELIZALDE, OLIVER HADLEE PEARCH, ANTHONY SEKLAQUI, ANNIE LEIBOVITZ, STEF MITCHELL, ANNEMARIEKE VAN DRIMMELEN, ÓSCAR CALLEJA, ROCÍO AGUIRRE, SILVIA RETANA, ALICIA PADRÓN, KATE PHELAN, MALINA JOSEPH GILCHRIST, CARLOS NAZARIO, JACK BORKETT, ALEX HARRINGTON, JUDITH RIAL

CONDÉ NAST ENTERTAINMENT
HEAD OF PROGRAMMING & DEVELOPMENT MARCOS CHAMIZO
VIDEO DEVELOPMENT LEAD, VOGUE JULIA PÉREZ
PROGRAMMING LEAD DAVID FERNÁNDEZ
PRODUCCIÓN SARA RAMOS
EDICIÓN ALMUDENA MOLERO

PRODUCCIÓN
SENIOR PRODUCTION MANAGER ENRIQUE GRAU DÍAZ TRÍAS
FERNANDO BOHÚA, JUAN IGNACIO BOCOS

VOGUE GLOBAL
ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAÚL MARTÍNEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, AMERICA CHLOE MALLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN KAZUMI ASAMURA HAYASHI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA KARLA MARTÍNEZ DE SALAS
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

VICE PRESIDENT, GLOBAL OPERATIONS AND CONTENT STRATEGY LOUISA PARKER-BOWLES
VICE PRESIDENT, GLOBAL CONTENT BUSINESS OPERATIONS CHRIS DIPRESSO MORRA
GLOBAL CONTENT STRATEGY ADVISOR ANNA-LISA YABSLEY
GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH
GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES
GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS
GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM
GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY
GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE
GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM
VICE PRESIDENT, HEAD OF VIDEO THESPENA GUATIERI
GLOBAL DIRECTOR, SOCIAL MEDIA SAM SUSSMAN
GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENESI
GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTORS CAITLIN BRODY, SERGIO KLETNOY
GLOBAL DESIGN DIRECTOR PARKER HUBBARD
DIRECTOR OF CONTENT PLANNING MILLY TRITTON
GLOBAL DESIGN DIRECTOR (EUROPE) JAN-NICO MEYER
GLOBAL VISUALS DIRECTOR (EUROPE) JAMIE SPENCE
EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR VICTORIA WILLAN
ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

VOGUE

ESPAÑA

CHIEF BUSINESS OFFICER ELENA FERRERAS

FASHION AND LUXURY
DIRECTORA COMERCIAL DE VOGUE Y CATEGORY LEAD DE FASHION AND LUXURY CLARA MONTOYA
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, FASHION AND LUXURY LAURA CAPÓ, JUDITH MASES, GEMA CAMACHO

HEALTH AND BEAUTY
DIRECTORA COMERCIAL DE GLAMOUR Y CATEGORY LEAD DE HEALTH AND BEAUTY PATRICIA VEGA DE SEOANE
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, BEAUTY AND HEALTH SUSANA HERNÁNDEZ, NOELIA GONZÁLEZ, CAROLINA PÉREZ, MARÍA GIL DE BIEDMA

CULTURE AND LIFESTYLE
DIRECTORA COMERCIAL DE GQ Y CATEGORY LEAD DE CULTURE & LIFESTYLE ESTHER GONZÁLEZ
DIRECTORA COMERCIAL DE VF Y ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER FOR VICE AMAIA MURUAMENDIARAZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, CULTURE & LIFESTYLE ISABEL VALCÁRCEL, SANDRA PALOMO

HOME AND TRAVEL
DIRECTORA COMERCIAL DE AD Y CATEGORY LEAD DE HOME AND TRAVEL LAURA VELASCO
DIRECTORA COMERCIAL DE TRAVELER VICTORIA ÁLVAREZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER TRIANA PARÍS

COORDINACIÓN JOSEFINA PARCO

DELEGADA ITALIA ELENA MARSEGLIA
DELEGADA NORTE ANA LÓPEZ

CONDÉ NAST COMMERCIAL CREATIVE SPAIN
DIRECTOR JORGE MADRID
HEAD OF OPERATIONS & SPECIAL PROJECTS MARÍA JIMÉNEZ
BRAND MARKETERS RAQUEL PLAZA Y VERÓNICA MARTÍN MOLINA
HEAD OF PUBLIC RELATIONS VERENA BUSTILLO
DELIVERY MANAGER LAURA GARCÍA
PRODUCTION MANAGER RUTH VARILLAS

CONDÉ NAST EUROPE
DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE ANITA GIGOVSKAYA
SVP PEOPLE EUROPE DAVID DE LA IGLESIA
VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE LINA CALZADO
VP FINANCE BUSINESS PARTNERING RAQUEL MARTÍN
HEAD OF LEGAL EUROPE DANIELLA PALLETI
DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS RAFAEL MARTÍNEZ
SENIOR DIRECTOR, AUDIENCE PLANNING, EMEA & MÉXICO/LATAM LUIS PERALTA

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
CONSUMER MARKETING DIRECTOR BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN
DIRECTORA DE PEOPLE ANA RUIZ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN ALBERTO PEREIRA

PUBLICADO POR CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH
CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE
CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR
CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN
CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN
CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG
CHIEF PRODUCT AND TECHNOLOGY OFFICER VASANTH WILLIAMS
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

EDICIONES

ALEMANIA AD: CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE **ESPAÑA** AD: CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **ESTADOS UNIDOS** AD: ALLURE, ARSTECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIUS, GLAMOUR, GQ, PITCHFORK, SELFTEEN VOGUE, THEM, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **FRANCIA** AD: GQ, VANITY FAIR, VOGUE **INDIA** AD: CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **ITALIA** AD: CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **JAPÓN** GQ, VOGUE, WIRED **MÉXICO Y LATINOAMÉRICA** AD: GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED **ORIENTE MEDIO** AD: CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **REINO UNIDO** CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED **TAIWÁN** GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN
BRASIL GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO LICENCIA O COLABORACIÓN DE DERECHOS
ADRIA VOGUE **AUSTRALIA** GQ, VOGUE **BULGARIA** GLAMOUR **CHINA** AD: CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **COREA** ALLURE, GQ, VOGUE **ESCANDINAVIA** VOGUE **FILIPINAS** ALLURE, VOGUE **GRECIA** VOGUE **HONG KONG** GQ, VOGUE **HUNGRÍA** GLAMOUR **PAÍSES BAJOS** VOGUE **POLONIA** AD: GLAMOUR, GQ, VOGUE **PORTUGAL** GQ, VOGUE **REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA** VOGUE, WIRED **SINGAPUR** VOGUE **SUDÁFRICA** GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN **TAILANDIA** GQ, VOGUE **TURQUÍA** GQ, VOGUE **UCRANIA** VOGUE

EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012.
IMPRESIÓN: ROTOCOBRIH, RONDA DE VALDECARRIZO, 13, TRES CANTOS. 28760 MADRID. TEL. 918 031 676. SOBREPRECIO PARA CANARIAS: 0,20 €.

PRECIO DE SUSCRIPCIÓN: 66 €. TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: +34 983 008 401

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP, MADRID 2025.

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
(PUBLICIDAD Y REDACCIÓN) PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID.

VOGUE ESPAÑA NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA SU CITA, REPRODUCCIÓN, EDICIÓN O TRANSMISIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO Y EN CUALQUIER SOPORTE SIN LA AUTORIZACIÓN ESCRITA DE EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. LA UN CITANDO LA PROCEDENCIA, DIFUNDIRSE A CERO SI NECESITA REPRODUCIR ALGUN FRAGMENTO DE ESTA OBRA. WWW.CONLICENCIA.COM. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012 / ISSN 0790-3849

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. ES UNA
EMPRESA SOSTENIBLE CERTIFICADA POR:





LOEWE

Marzo



En portada y arriba, en el sentido de las agujas del reloj, Pedro Almodóvar, Bárbara Lennie, Victoria Luengo, Aitana Sánchez-Gijón y Milena Smit, todos con 'total looks' de LOEWE.

*Fotografía: SEBASTIÁN FAENA.
Peluquería: Pierre Saint Sever (Bryant Artists).
Maquillaje: Mayumi Oda (Bryant Artists).
Atrezzo: María Ona. Ayudantes de estilismo:
Paloma Gutiérrez y Carmen Cruz.
Producción: Sample. Retoque: Marie Remaud.*

26
28

CARTA

HAN COLABORADO
En este número de marzo.

EN VOGUE

32

TENDENCIAS

Los accesorios de la temporada toman forma de naturaleza muerta, inspirados en los bodegones domésticos de Pedro Almodóvar.

44

PROYECTO

El sevillano Daniel del Valle y su novedoso universo creativo The Narcissist.

AGENDA

50

MÚSICA

pablopablo, el trovador interesado en el descontrol, la tecnología y la modernidad.

56

DISEÑO

Javier Jaén habla de su trayectoria profesional cuajada de poderosas imágenes y su fértil relación con Pedro Almodóvar.

60

LIBROS

Sara Barquinero publica *La chica más lista que conozco*, donde carga contra las hipocresías y abusos que tienen lugar en la universidad.

BELLEZA

64

ESTÉTICA

Las carillas dentales, el fenómeno que dibuja sonrisas perfectas.



LOEWE



66

FENÓMENO

Las generaciones más jóvenes están dejando de trasnochar para entregarse al ocio diurno; una nueva manera de entender las relaciones sociales y el bienestar.

70

NUTRICIÓN

La moda de los probióticos; beneficios y posibles inconvenientes del furor por los alimentos fermentados.

72

'MINILIFTING'

Estiramientos faciales mediante técnicas menos invasivas para obtener resultados más naturales.

76

'FITNESS'

El mundo del ejercicio físico, terreno fértil para la difusión de mitos y falsas creencias.

78

CONCENTRACIÓN

Aprender a gestionar nuestro capital atencional para mejorar nuestra salud cerebral.

Arriba, Clara Denison lleva corsé de STELLA McCARTNEY; pantalones con flecos de PAULA CÁNOVAS DEL VAS; zapatos de piel, de DIOR; bolso de EMPORIO ARMANI; y brazaletes de BERRIES.

80

COSMÉTICA

Productos que ponen a trabajar la piel para reactivar sus funciones y su capacidad de defensa.

84

PIEL

La nueva cruzada de la firma Clarins pone el foco en la luminosidad de la dermis y su relación con la edad cutánea.

LIVING

86

INTERIORISMO

Marta de la Rica se abre camino en el mundo del diseño con su primera colección de muebles y objetos de decoración.

92

REPOSTERÍA

Miga Studio, la pastelería en la que Lucía Gómez deposita su pasión repostera y sus referencias estéticas.



De izda. a dcha., Ida Heiner lleva conjunto de VALENTINO; zapatos de CHRISTIAN LOUBOUTIN; y pendientes de JUJU VERA. Bibi Breslin luce chaqueta, top y pantalón, todo de THE ROW; zapatos de CHRISTIAN LOUBOUTIN; y pendientes de VALENTINO GARAVANI.

MODA Y REPORTAJES

96

EL ENSAYO

'Vogue' reúne a Pedro Almodóvar y a todo el elenco de 'Amarga Navidad': Aitana Sánchez-Gijón, Bárbara Lennie, Victoria Luengo y Milena Smit.

120

MUCHAS VIDAS DE UNA MUJER

La llegada de la primavera trae un sinfín de opciones de estilo, tantas como posibles estado de ánimo.

138

EL REY DE LA CASA

Jonathan Anderson sigue asentándose en Dior adonde busca trasladar sus recientes triunfos creativos en otras firmas.

Abajo, Bhavitha Mandava lleva traje y camisa, ambos de GIORGIO ARMANI.



152

SIN MIEDO

Gisèle Pelicot concede su primera entrevista después de que su marido fuera condenado a prisión, junto a otros 50 hombres, por drogarla y violarla durante años.

162

ÚTIL Y CON ENCANTO

El vestuario de trabajo se renueva con divertidos diseños de múltiples capas combinados con bolsos que dan el toque final.

178

¡JO, QUÉ ÉPOCA!

El fenómeno de la Movida, reivindicado ahora por los más jóvenes, busca reafirmar su importancia plasmándola en forma de museo.

192

SORPRÉNDEME

Los códigos de estilo dejan a un lado las reglas y apuestan por combinaciones atrevidas con un toque punk.

210

A TIEMPO COMPLETO

La vibrante explosión de color de esta temporada pone su optimismo al servicio de los quehaceres del día a día.

226

EL DESEO

El bolso Kelly Multipocket to Go, de Hermès.

A fashion advertisement for Isabel Marant. The image features a model with long dark hair, wearing a tan and olive green military-style jacket, a tan crop top, and matching shorts. She is also wearing tan lace-up boots. She is standing in a white, textured, arched niche, with her right arm resting on the arch. The background is a dark, shadowed area. The brand name 'ISABEL MARANT' is printed in large, bold, white capital letters across the lower half of the image.

ISABEL MARANT



De izda. a dcha.,
Victoria Luengo, Aitana
Sánchez-Gijón, Pedro
Almodóvar, Milena
Smit y Bárbara Lennie.

M

ujeres que priorizan el abrazo a la fotogenia. Grandes damas del cine en un despliegue de conexión, ajenas al peso de la perfección. No hacen falta hipérboles para describir lo que pasó cuando juntamos a cuatro de los más grandes nombres de nuestro cine –Bárbara Lennie, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo y Milena Smit– con ALMODÓVAR, el director que las ha escogido para protagonizar ‘AMARGA NAVIDAD’, una de las cintas más importantes de la temporada. Las imágenes –esta vez, seguro– lo cuentan todo mejor de lo que nosotros podamos expresar. En ese mágico día de diciembre hubo frío, madrugones, prisas, dobles y compromisos maternos, pero sobre todo amor, sororidad y una energía que diría es imposible replicar en otra sesión de fotos que no lleve a sus espaldas un rodaje vital y profesional como el que

ellas atesoran. Tenerlas ha sido un sueño, como lo son las imágenes que desde el corazón nos ha regalado SEBASTIÁN FAENA, fan confeso del cine de Pedro y ahora también de todas sus musas. El abrigo no podía ser mejor para otra historia ‘a priori’ menos luminosa, extremadamente dura de leer pero a pesar de ello esperanzadora: la de GISÈLE PELICOT, que ahora sí toma el timón de su propia narrativa y la convierte en un canto a la templanza, el futuro y el amor, tras una ardua lucha que, tal y como confiesa, no hubiera podido afrontar sin ese abrazo colectivo que recibió, de manera más o menos silenciosa, de todas las mujeres del mundo que arroparon su causa. Un lazo inquebrantable como el que los personajes femeninos de Pedro exhiben en sus películas, sin duda uno de sus mayores y más valiosos legados.



maje



MÁS ALLÁ DE LA FICCIÓN

Inmortalizar a PEDRO ALMODÓVAR para la portada de este número fue un sueño cumplido para SEBASTIÁN FAENA. El fotógrafo argentino desvela en este texto cómo las películas del director le han ACOMPAÑADO a lo largo de su vida y han contribuido a construir su IDENTIDAD.

D

n esta foto llevo sus anteojos en la cabeza —se los saqué para verle los ojos—, un chupetín en la mano y la cámara en la otra, y me parece que estoy hablando de mí. La portada la compusimos entre todos. Pedro me ayudó a posicionar a las chicas, a estas cuatro mujeres fantásticas, de quienes me enamoré mientras transcurría el día.

Todos quieren ser una chica Almodóvar, yo también voy por la vida al borde de un ataque de nervios, pero con *jeans* rotos, no con falda (al menos no puesta). Miro sus películas desde pequeño. Quería ser como los niños que aparecen en ellas, me identificaba con el hijo de Carmen Maura en *¿Qué he hecho yo para merecer esto?*,

cuando se vende al dentista si este tiene TV. No me acordaba de cómo era la frase exactamente y Pedro me la recordó.

La gente se inspira en su cine sin querer; mismo para hablar. En mi caso, es parte de quien soy, de cómo me crié y de lo que busqué. Comprendí muy temprano lo que significaba que alguien fuera original gracias a él y a sus películas. Me parecía que las ideas propias le llovían a cántaros, y mientras crecía mirándolas, mi cabeza se inundaba con el deseo de ser lo más yo que pudiera ser.

Todo sobre mi madre es su película más importante para mí. Mi primera sesión de fotos

fue, cuando aún iba a la escuela, con Cecilia Roth el año de su estreno. Ella me presentó a Antonia San Juan –Agrado en el filme– y fuimos a su hotel para hacer fotos que luego saldrían en la revista *Para Ti*. Y esto, de chico, hacía que me sintiera parte.

Mi mamá perdió a un hijo antes de que yo naciera y este sentimiento siempre vivió frente a mí. La escena donde el hijo de Manuela es atropellado por un auto bajo la lluvia es perfecta, como la de la fan de Myrtle en *Opening Night*; pero en este caso, la cámara la espera en el suelo, desde el punto de vista de su hijo. Cuando miro hoy *Todo sobre mi madre*, después de haber perdido a la mía, lloro cada vez que el personaje de Penélope Cruz pasa por la plaza donde jugaba de chica para ir al hospital y se despide de su perro y de su padre.

Después descubrí el triángulo que formaba esta película con *Opening Night*, de John Cassavetes; y *All About Eve*, de George Cukor (acompañadas por *Un tranvía llamado deseo*, de Tennessee Williams y Elia Kazan). En *Opening Night* hay una mujer que sigue actuando, con miedo a envejecer, a volverse irrelevante, y que piensa que ser actriz le robó el rol de ser mujer. En *All About Eve* hay una mujer que quiere ocupar el lugar de otra, que también siente que por ser actriz se olvidó de ser mujer. En *Todo sobre mi madre* se encuentran Blanche, Myrtle, Eve y Margo Channing, y se mueven de un personaje a otro como hace Pedro en el cine: como pez en el agua. Las tres películas forman en mi cabeza una sola, mi película preferida.

Cuando hacíamos estas fotos en Madrid le mencioné a Pedro cuánto me gusta cuando Marisa Paredes dice algo como “Me tengo que ir” al final de la película, y él me corrigió: la última frase es Agrado diciendo que los hijos de la ex de Huma habían salido feos, feísimos. Pedro lo dice exactamente como se ve en la película. El acento español me hace recordar las películas de Almodóvar, España me hace pensar en una película de Almodóvar, no al revés. Todo lo español está dibujado en mi imaginación por sus películas. Por el final de *¡Átame!* en el auto yendo al pueblo con la canción *Resistiré*. Por Chus Lampreave diciéndole a Marisa Paredes que ahora ella también se quedó como vaca sin cencerro.

Normalmente no sé mucho de la obra de las personas a las que les saco fotos. Cuando fotografíé a Rihanna o Bad Bunny, por ejemplo, escuché sus canciones la noche anterior para conectarme. Pero con Pedro fue lo contrario porque me sé sus películas de memoria. Las llevo encima, me formaron sin que yo me diera cuenta y se me notan en la cara.

Para vivir dentro de un filme de Almodóvar, uno puede a veces escuchar un *soundtrack* de Alberto Iglesias. La vida empieza a ordenarse en planos, todo adquiere una densidad emocional distinta. Lo cotidiano se vuelve dramático y lúcido. Mirar el cielo de Madrid y sentirse, por un instante, Marisa Paredes sufriendo por amor en

“España me hace pensar en una película de ALMODÓVAR, no al revés. Todo lo español está DIBUJADO en mi imaginación por su cine”.

La flor de mi secreto, por ejemplo, mi siguiente película preferida. “Indefenso frente a los hechos de la locura”, tiene subrayado en un libro Leo Macías [el personaje de Paredes]. Después vemos que no se puede sacar las botas mientras escribe y trata que un yonqui se las saque en la calle porque ella sola no puede. Más tarde escuché a Pedro decir que las botas representaban el amor que ella no se podía sacar por Paco [Imanol Arias]. Otra frase de *La flor de mi secreto* que siempre recuerdo es cuando la amiga, que la engañaba con su esposo, le dice: “¿Qué hay que hacer, Leo, para que te enfrentes con la verdad?”. Y Marisa le contesta: “Que los demás no me la oculten”. Siempre me identifiqué mucho con eso, con ese personaje transparente. O que al menos se percibe así. “Tiene usted delante a una mujer creada para la ansiedad”. Djuna Barnes lo escribió, pero es Leo la que me lo dijo a mí.

Cuando pude filmar mi primera película, hicimos un vestido inspirado en el de Leo en su última escena con Paco para el personaje de Dolores Fonzi, a quien abandonan también.

Cuando Leo intenta suicidarse, es la voz de su madre en el contestador automático lo que la trae de vuelta a la vida. Y se van juntas al campo, al pueblo de donde vinieron, algo que sucede en otras películas de Almodóvar como *Átame* y *Volver*, por ejemplo, y que me hace sentir nostalgia por haber nacido en la ciudad y no tener un pueblo al que volver al final de mi película.

También paso tiempo asociando detalles en sus películas: por ejemplo, en *Los abrazos rotos* el personaje que trabaja como prostituta se llama Severine, como Catherine Deneuve en *Belle de jour*, de Buñuel. Me inspira ver cómo las obras se completan más adelante, ninguna pieza está terminada: *Mujeres al borde de un ataque de nervios* continúa en *Los abrazos rotos*, cuando Rossy de Palma, haciendo de la exmujer de Iván, empuja a Penélope Cruz por la escalera; Carmen Maura en *La ley del deseo*, interpreta en el escenario *La voz humana* de Cocteau, destruyendo con un hacha los recuerdos de la vida junto al hombre que se fue. Años después Tilda Swinton protagonizaría el mismo rol pero, en este caso, Pedro inventa un final opuesto al del libreto original.

Y mientras escribo solo pienso en la ilusión que me da esta foto, el día en que sucedió y en ver *Amarga Navidad*, claro.

En la página anterior, Pedro Almodóvar y Sebastián Faena conversan en un descanso de la sesión de fotos en la que se alumbró la portada del número.

Silvia de la Rosa

La fotógrafa, que explora la calidez y el color desde su personal perspectiva, convirtió su juego de infancia en un oficio. “Desde pequeña hacía de mis estanterías un bodegón, con mis muñecas un *shooting* de moda y de las calles una aventura”, recuerda. En este número retrata el último proyecto de Marta de la Rica en *Elevar lo imperfecto*. ➤ ➤ 88



Fausto Elizalde

La obra del argentino se distingue por el movimiento y la ironía que atraviesa cada imagen, como demuestra en el vibrante editorial que firma aquí: “Fue un día frío pero soleado donde todo fluyó. Fotografíar por primera vez a Clara Denison fue muy inspirador. Tuvimos una conexión muy linda”. El resultado, en *A tiempo completo*. ➤ ➤ 210



Rocío Aguirre

La chilena, que ha prestado su personal mirada para firmas como Jacquemus, entre otras, retrata en nuestras páginas de marzo al artista del que todo el mundo habla en este momento.

“Recreamos escenas que vive pablo en sus giras por el mundo”, confiesa sobre el día de la sesión de fotos. Una bonita complicidad que puede verse en *Un trovador en mitad del botellón*. ➤ ➤ 52



Óscar Calleja

El fotógrafo firma unas imágenes que dialogan con el universo del protagonista de nuestra portada. “Reinterpretar el trabajo de Almodóvar desde la moda ha sido un gusto. Me sorprendió cómo sus bodegones transmitían tanto con tanta simpleza y cotidianidad. Espero que nos perdone por colarnos en su cocina”. El homenaje está en *Íntimo y personal*. ➤ ➤ 34



Alicia Padrón

La estilista firma nuestra flamante portada: “Las chicas configuraron un círculo de buen rollo y compañerismo y nos regalaron una metafunción en la que no distinguíamos entre realidad y ficción. Pedro amplificó esa magia y Sebastián formó parte activa del simulacro de ensayo. Una delicia”, recuerda. *El ensayo*. ➤ ➤ 98

ÍNTIMO Y PERSONAL

Inspiradas en los bodegones domésticos de Pedro Almodóvar, estas NATURALEZAS MUERTAS se nutren de los accesorios más COLORIDOS y audaces de la temporada estival. Fotografía ÓSCAR CALLEJA. Estilismo PATRICIA LÓPEZ.



*Este editorial está
inspirado en la
exposición 'Bodegones
Almodóvar', que tuvo
lugar en La Fresh
Gallery en 2017 a
partir de fotografías
realizadas por el director.
En la página anterior,
bolso Amazona 180
de piel, de LOEWE.
En esta página, zapatilla
LV Sneakerina, de
LOUIS VUITTON.
Todos los jarrones
de este editorial
son de JUDITH
SAN QUINTÍN.*



*Botin de malla con
detalles trenzados,
de GIORGIO
ARMANI.*



Bolso Devain de terciopelo con bordados, de VALENTINO GARAVANI.



*Bolso de piel,
de MIU MIU.*



*Mules Duchesse de ante,
de BALENCIAGA;
y tetera Geométrica
Christopher Dresser,
de JUDITH
SAN QUINTÍN.*

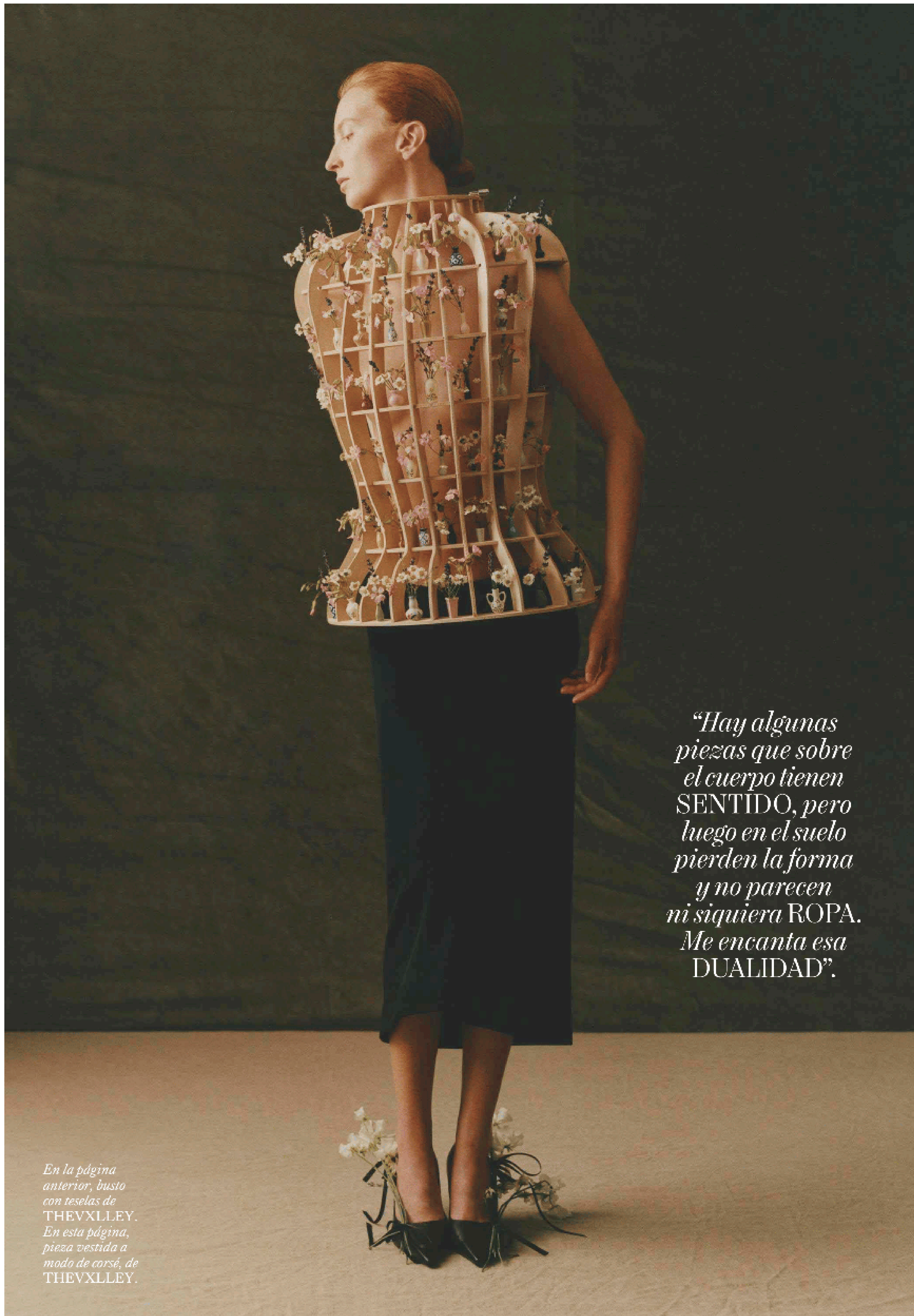
*'Set design': Aida Saldn.
Ayudante de fotografía:
David Martínez.
Ayudante de estilismo:
Sandra Pardo.*





El germen de, UNA OBSESIÓN

Hablamos con el creativo sevillano DANIEL DEL VALLE sobre su último proyecto, THE NARCISSIST, un jardín donde recurre a sus lazos familiares para aunar moda y escultura desde una perspectiva 'arty'. Por NURIA LUIS.



*“Hay algunas
piezas que sobre
el cuerpo tienen
SENTIDO, pero
luego en el suelo
pierden la forma
y no parecen
ni siquiera ROPA.
Me encanta esa
DUALIDAD”.*

*En la página
anterior, busto
con teselas de
THEVXLLEY.
En esta página,
pieza vestida a
modo de corsé, de
THEVXLLEY.*

A

veces es necesario distanciarse para abordar algo desde una nueva perspectiva. Daniel del Valle (Pilas, 1995) tuvo que emigrar a Reino Unido, donde lleva ocho años, para empezar a apreciar de otro modo todo lo que antes le asfixiaba de su pueblo natal sevillano. Hoy es en su estudio en Londres, en la planta superior de su casa, donde está construyendo su propio universo creativo, bajo el nombre de Thevxlley, enseña que acaba de ser elegida semifinalista del LVMH Prize. Desde el principio deja claro que no se trata de una marca de moda, él lo define como su propio “jardín”, un proyecto multidisciplinar que le permite abordar sus diferentes inquietudes artísticas: “En un principio me vine a Londres porque quería estudiar diseño de moda. Pero a medida que me empecé a conocer creativamente, me di cuenta de que no quería ser diseñador. Iba por otro lado, pero siempre relacionado con la moda”, comenta. En su currículum cuenta con varias colaboraciones con firmas como Pepa Salazar o Palomo Spain, para los que ha planteado prendas y accesorios repletos de plantas y flores. La botánica es sin duda una de sus materias predilectas, que además aplica a sus creaciones gracias a las técnicas que aprendió en varias floristerías londinenses. Hoy compagina su trabajo en una de ellas, Paul Thomas, con su forma autodidacta de aprender arte: “Estudiar está muy bien, pero hay muchísimas maneras de tener una formación”, medita. “Cuando me intereso por algo, me obsesiono. Empiezo a investigar y no paro hasta que realmente lo entiendo y lo aprendo”.

Al observar las piezas que integran The Narcissist, uno entiende perfectamente esa fusión de disciplinas que mueve a Del Valle. En esta propuesta, descrita por el sevillano como un “catálogo de obsesiones”, plantea 22 creaciones que



*Arriba, capa con motivos de flores, de THEVXLLEY.
Abajo, retrato del artista sevillano Daniel del Valle.*



juegan con la frontera del arte posible. Igual puede encontrarse un jarrón de cerámica que cobra otra dimensión cuando se viste, que un torso cuajado de teselas a modo de mosaico. “Hay algunas piezas que sobre el cuerpo tienen sentido, pero luego en el suelo pierden la forma y no parecen ni siquiera ropa. Me encanta esa dualidad”, cavila. La idea de ‘ponible’ aquí resulta bastante subjetiva, ya que alguna puede llegar a pesar más de 20 kilos: “Más que una colección de moda, es una de esculturas. Lo que pasa es que el modo de presentarlas es muy *fashion*”, sostiene. El proceso creativo para alumbrar las piezas fue tan

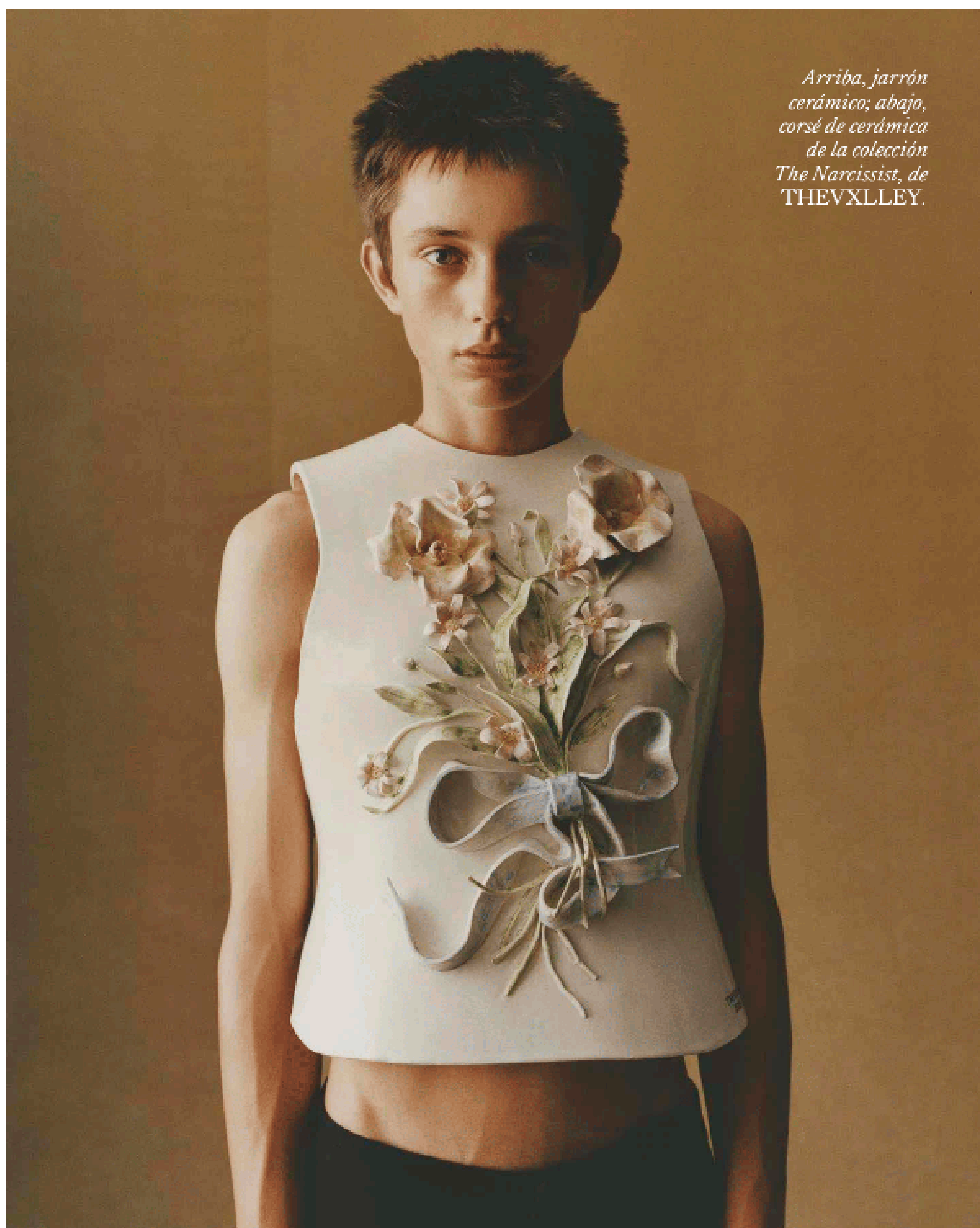
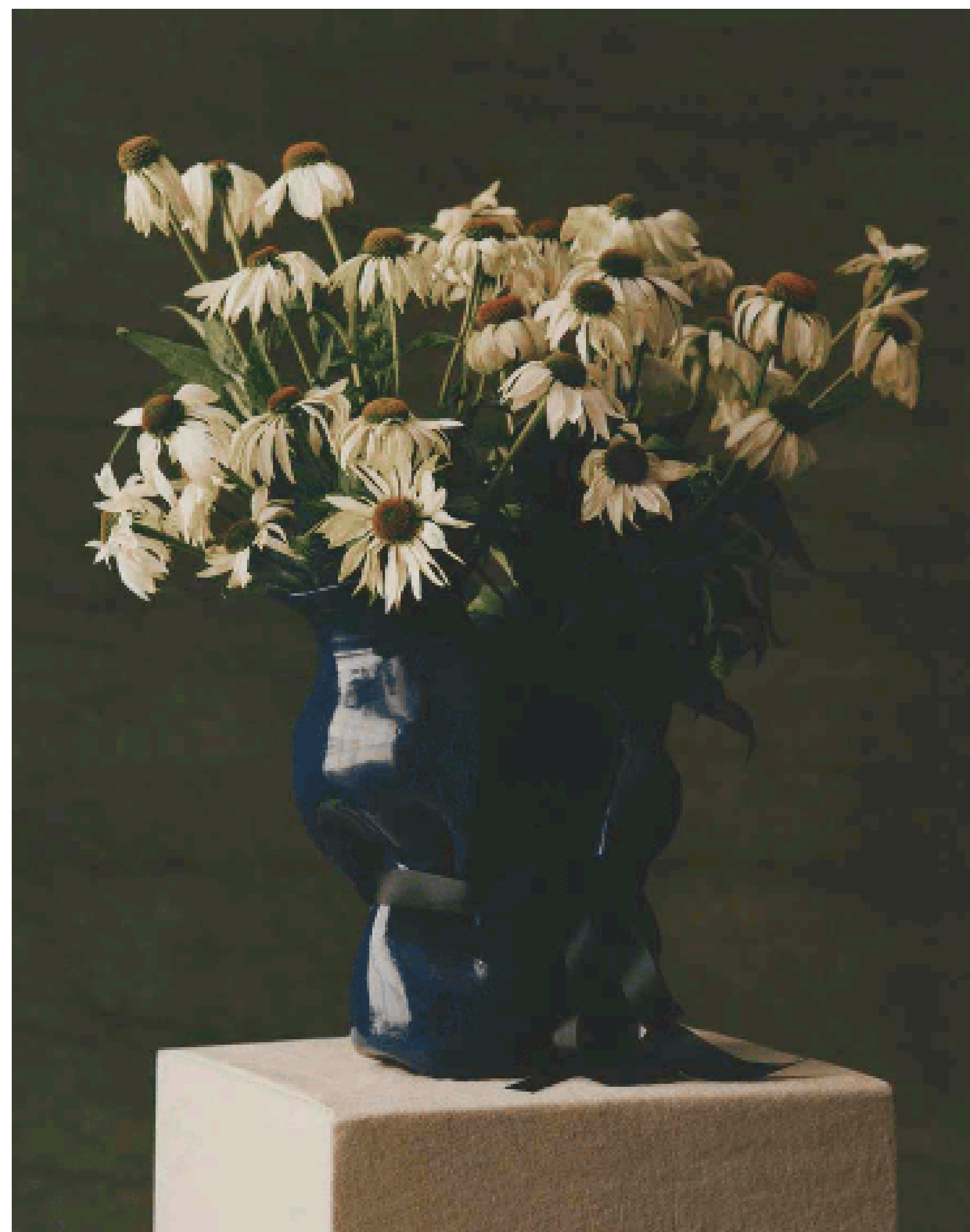
arduo (le ha llevado tres años) como orgánico: dice que hacer cosas con las manos es “su forma de meditar”, así que cuando se quiso dar cuenta, había concebido varias piezas que tenían sentido en conjunto.

Aunque no sean artistas al uso, son varios miembros de su familia los que le han inculcado esa inquietud por todo lo manual, y eso hace que cada escultura del proyecto adquiera una intrahistoria que también es de lo más personal. Por ejemplo, su abuela cosía mantones de Manila y fue quien le enseñó a bordar: “Una de las piezas está inspirada en un mantón, pero descontextualizado. En vez de hacer los bordados y los flecos con hilos, los he hecho con cintas de raso. Es como convertir esa tradición tan andaluza en algo más contemporáneo”, matiza. Otra de las obras juega con su particular obsesión con el pan, al que ha estado vinculado desde pequeño por el trabajo de su padre como panadero: “Siempre ha sido algo muy arraigado en mi familia. Cuando era un mal estudiante, me hacía trabajar con él, así que siempre ha formado parte de mi vida”, recuerda.

Su progenitora, experta en croché, ha hecho íntegramente una de las piezas, cuya elaboración se ha orquestado a través de múltiples videollamadas entre Pílas y Londres. Gracias a ella también se aventuró a probar suerte con la cerámica, otro medio que emplea en varios trabajos de la serie. “Una de las veces que fui a visitar a mi madre estaba yendo a clase de cerámica y me invitó a ir con ella”, expone. A partir de ahí, confiesa, se obsesionó con todo lo que encontró en el taller de la profesora. “Acostumbrada siempre a los mismos encargos del pueblo, cuando llegué a la Chari con una idea superloca para hacer, ella aceptó el desafío encantada”, rememora el sevillano.

Aunque todavía está inmerso en *The Narcissist*, Del Valle confiesa que ya está pensando en su próximo proyecto. Y no tiene nada que ver con la moda. *The Furniture* será una exploración de objetos cotidianos de mobiliario, pero con un enfoque inesperado: “No quiero que sea nada cómodo. Busco algo muy conceptual, tener la opción de enseñar por ejemplo un sofá, pero que funcione de escultura”, adelanta. A la espera de todo lo que está por venir.

“Hay muchas maneras de tener una FORMACIÓN. Cuando me intereso por algo, me OBSESIONO. Empiezo a INVESTIGAR y no paro hasta que realmente lo entiendo y lo APRENDO”.



*Arriba, jarrón cerámico; abajo, corsé de cerámica de la colección *The Narcissist*, de THEVXLLEY.*

FALCONERI

PURE ULTRAFINE CASHMERE



Un **TROVADOR** *en mitad* *del* **BOTELLÓN**

*Aunque se describe como
“una persona demasiado
sana”, a PABLOPABLO
le interesan el descontrol,
la tecnología y la
MODERNIDAD.*

*Por eso, nada de lo que
le ocurra a su generación
es AJENO a sus letras.*

Fotografía ROCÍO AGUIRRE.

Estilismo MARTA BAJO.

Por EVA BLANCO.

*En esta doble página, Pablo Drexler
con jersey de algodón y pantalón
de popelín, ambos de PRADA.*



En esta página, camisa de popelín de algodón y collarín de satén de seda, ambos de DIOR; y vaqueros del artista. En la página siguiente, camiseta de algodón, de AMERICAN VINTAGE; pantalón de algodón, de MIRTO; y calcetines de FALKE.

disculpas, se deshace en explicaciones y, en última instancia, vuelve a dar muestras de lo que se intuye como una naturaleza cándida y amable. Justo la misma que se desprende de sus canciones. O quizá sería más preciso decir ‘casi’ la misma, porque el personaje sonoro que ha creado también tiene una dimensión provocadora, lúdica incluso. Un anhelo de rebeldía.

Se ve muy claro en *Las tuyas*, uno de los temas más comentados de su álbum debut, *Canciones en Mi* (trabajo que vio la luz en mayo de 2025). Esta ranchera dedicada a su padre, el músico uruguayo Jorge Drexler, contiene versos tan jugosos como *Mi niño va a llevar tu nombre, pero / el apellido ya veremos*. Coescrita junto a C.Tangana, quien le aconsejó que rebajara un poco el tono y aprovecharse para decirle un par de cosas bonitas a su progenitor, la composición sirve para ironizar sobre uno de esos ‘pecados de nacimiento’ que hoy en día copan la conversación pública.

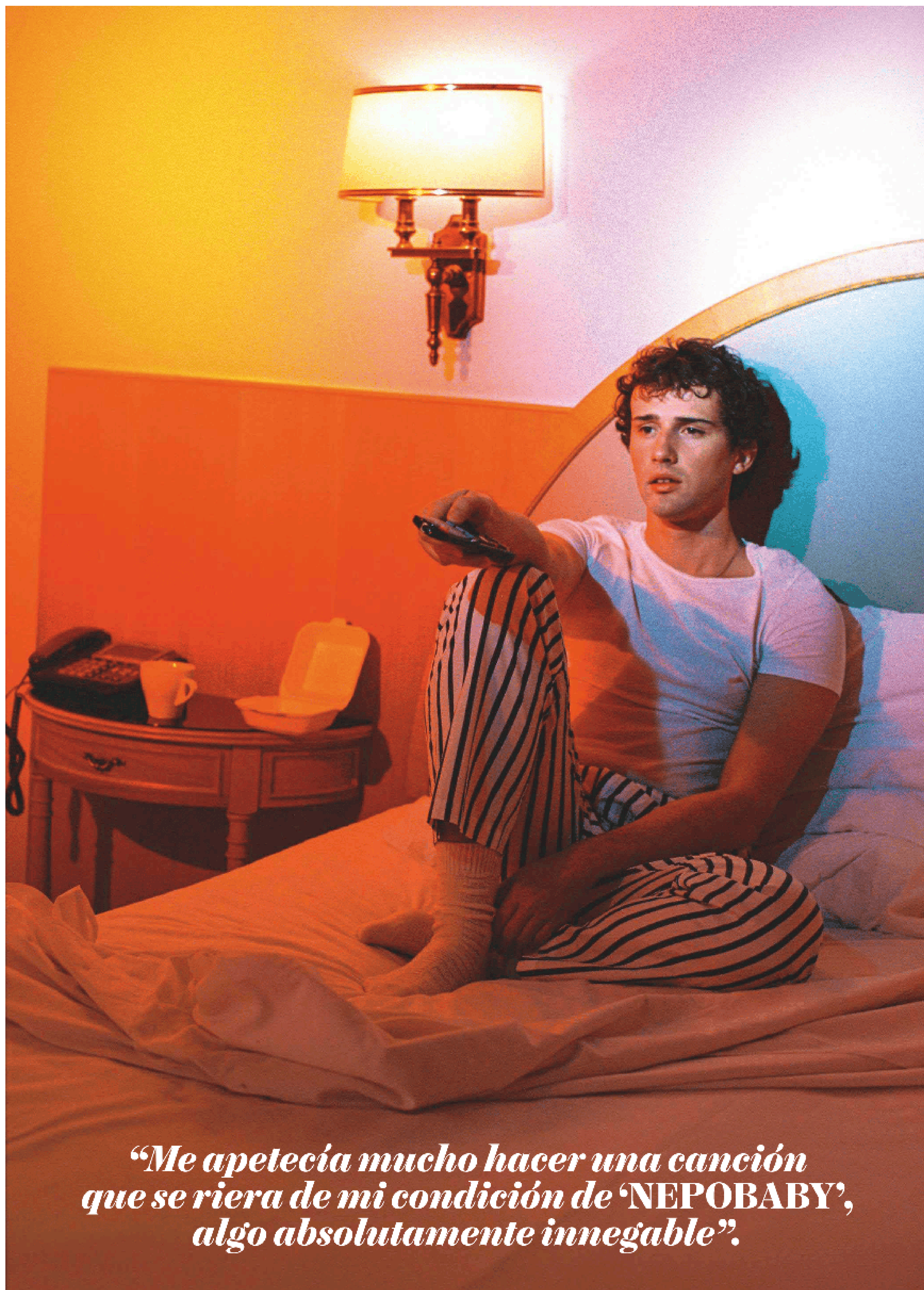
“Me apetecía mucho hacer una canción que se riera de mi condición de *nepobaby*, algo absolutamente innegable. Lo que más me interesa es hacer mi música y escribir, así que en un momento dado pensé que lo que más ayudaría a ese fin sería aclarar esto rápidamente. Decir: ‘Okey. Ya está, ¿no?’. De todas formas, lo maravilloso es que, sin quererlo, fue ahí cuando mucha gente empezó a entender que yo era hijo de mi padre. Todavía me llegan un montón de mensajes de personas sorprendidas en Twitter [actual X] al esta-

blecer la relación”, ríe el compositor, que nunca ha querido ocultar sus orígenes, sino escoger un nombre artístico que no remitiera directamente a un imaginario ajeno. “Si me hubiera decantado por Pablo Drexler, a mí mismo me hubiera llevado a su música”.

De hecho, en esta misma ranchera habla de cómo esa ‘privilegiada plataforma’ que habita le ha facilitado muchas cosas, pero, paradójicamente, también le ha negado la que quizá él más ansiaba: la posibilidad de empezar de cero. “Hay una creencia generalizada que da por sentado que, si tú eres *nepobaby*, comienzas con un pie dentro de la industria y tienes todo a tu favor. La realidad es que eso es completamente mentira. Incluso, a veces, juega en tu contra, porque tienes que luchar contra las ideas preconcebidas que se vierten sobre ti. Nunca he aceptado ninguna oportunidad que yo intuyera que pudiese venir por mi apellido. Y a mi padre le he pedido que, por favor, nunca comparta nada mío. Pero no es por un tema de orgullo, es un tema práctico. Necesito trabajar en un contexto que me permita desarrollar mi propia carrera”, ahonda, a la par que asegura haber dado carpetazo a las ofertas de “algún mánager enorme” en las que veía cierto tufillo cosificador.

D

ebe de ser pablopablo (Pablo Drexler; Madrid, 1997) una de esas personas con las que resulta realmente difícil enfadarse. Por alguna de esas extrañas confusiones a las que tan propicias son las mentes ajetreadas, en su cabeza, la cita con la periodista era a las cinco de la tarde y no al mediodía, momento que había sido acordado para la entrevista. Sin embargo, cuando por fin llega –subido a lomos de una bicicleta de alquiler– a la cafetería del madrileño distrito de Retiro en la que se le espera, lo hace con tal gesto de apuro que queda patente que la tardanza se debe a un despiste genuino. Pide



“Me apetecía mucho hacer una canción que se riera de mi condición de ‘NEPOBABY’, algo absolutamente innegable”.

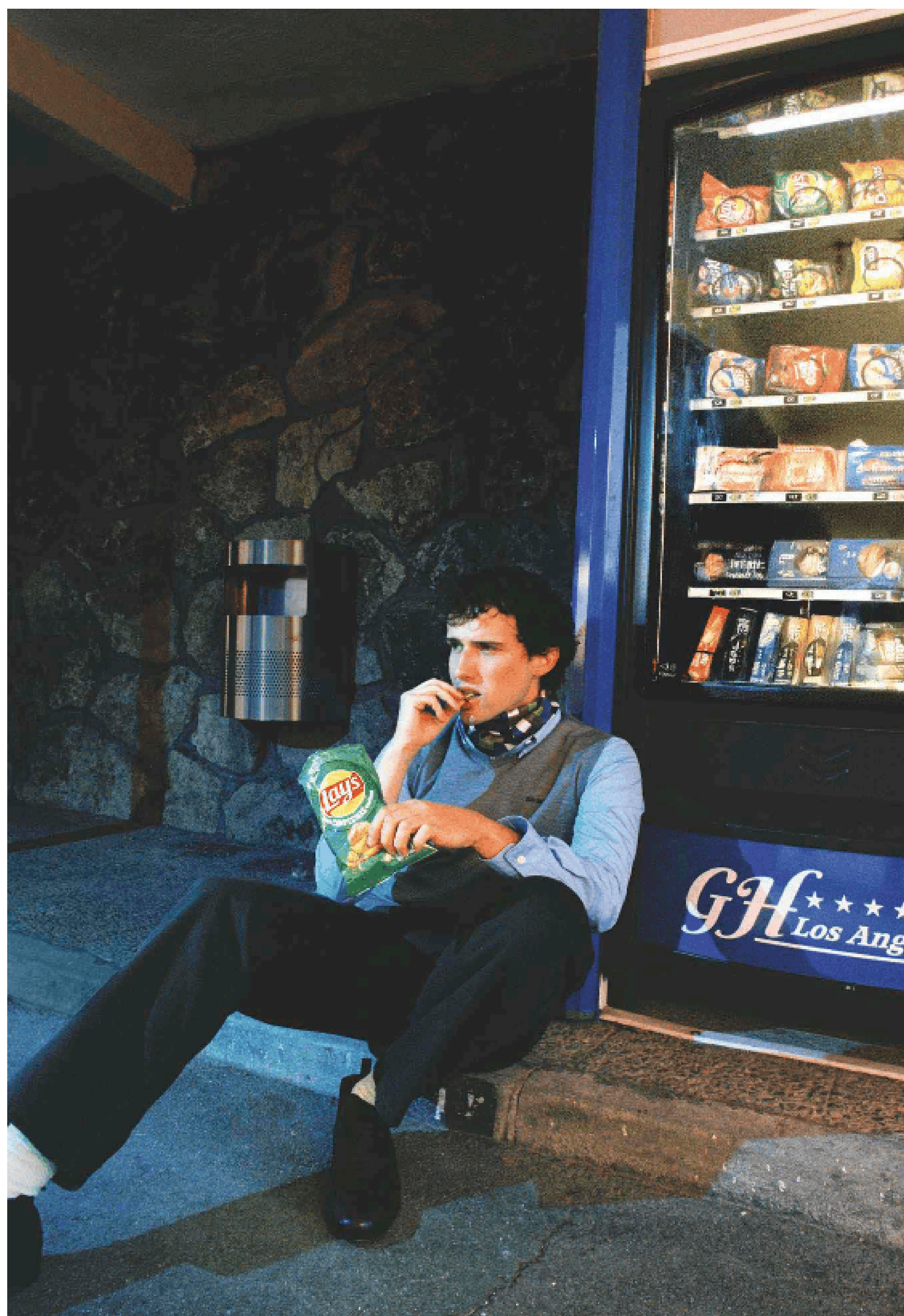
*“Es un momento SUPERESPECIAL de
creatividad en España. Estás en EE. UU.
y te hablan de Madrid. Quizá se nos
termine bautizando como
‘GENERACIÓN POSTPANDEMIA’”.*



En la página anterior, camisa de seda, pantalón de lana y corbata de seda, todo de SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO. En esta página, chaleco de punto, camisa de popelín, pantalón y pañuelo, todo de MIU MIU; calcetines de FALKE; y botines de piel, de CHURCH'S.

Tener las ideas tan claras le ha permitido sacar un álbum debut de forma independiente. Un álbum bueno. Muy bueno. En él, cuenta con las colaboraciones de Ralphie Choo y Carín León (en la adictiva *Eso Que Tú Llamas Amor*); de Amaia (*De Ti*) y de Macario Martínez (*Ojos de Ajonjolí*). Además, él mismo ha coescrito, junto a GuitarricadelaFuente, el último disco de este, *Spanish Leather* —el aplaudido verso *tu culo en la Barceloneta es folclore* es cosecha suya—. Por eso, cuando se le pregunta si tiene sensación de pertenecer a una especie de movimiento artístico que está redefiniendo las normas creativas de la industria, pablopablo no tiene la menor duda al respecto. “Sí, totalmente. Para mí es la generación post *El mal querer* (Rosalía, 2018) y luego también post *El madrileño* (C. Tangana, 2021). Cuando salen estos discos, toda la gente que hace música en España es como que se empieza a dar permiso para hacer cosas más raras. Es una semilla que florece cinco años más tarde con Guitarrica, Ralphie, Rusowsky, Amaia, Judeline, el sello Rusia-IDK... Cuanta más música arriesgada y bonita surge, más libertad se otorga a los que vienen detrás. Este es un momento superespecial de creatividad en España. Estás en EE. UU. y te hablan de Madrid. Es *heavy*. Quizá al final se nos termine bautizando como ‘Generación postpandemia’”, comenta el también productor, que en 2026 estará inmerso en una gira por distintas salas de la geografía nacional —el 7 de marzo tocará en Apolo (Barcelona); el 12 y el 15 en But (Madrid)—, aunque en muchas fechas ya ha colgado el cartel de ‘No hay billetes’.

¿Crees que es precisamente ese elemento de lo raro, lo inesperado, lo que vincula esta nueva escena? “Es la única manera de expresarlo en relación a de dónde venía España musicalmente. Antes había unos moldes que seguías y ya está. En otros países, esos moldes hace décadas que no existían, se valoraba más el pop como una expresión artística, pero aquí no había llegado. Entonces, cuando sale un disco como *El mal querer*, tan extraño en la mezcla de influencias y atrevido en su manera de electronizar el flamenco, hace que no haya que ajustarse a un patrón concreto. Además, eso también tiene que ver con entender que no hace falta hacer algo en inglés o que se parezca demasiado a la música anglosajona, porque se espera que lo vayan a escuchar aquí. Es un cambio invaluable en la mentalidad del creador”, sentencia. “Álvaro [Lafuente] y yo estamos obsesionados con la idea de que todavía se puede hacer folclore, retratar las cosas que nos pasan en una narrativa moderna en la que se cuelen conceptos como la adicción al móvil o el uso de una ‘crema exfoliante de charcoal’.



La humildad y la inseguridad son las herramientas más fuertes que puede tener un artista. El pensar que me queda todo por aprender, que no tengo ni idea de hacer una canción”.

Pero un poco de idea sí que tiene. Ya se intuía en la *mixtape* homónima con la que se presentó al mundo en 2022 y se constata del todo en el sencillo que sacó el pasado 15 de octubre, *Contigo*, una canción coescrita junto a la artista musical Neï Lydia (aka Bikoko), su actual pareja. Mientras que en su disco debut abordaba temas como esa resistencia al compromiso tan extendida en su generación, en este nuevo tema defiende la posibilidad de un vínculo maduro y tranquilo. “Cuando escribí el álbum estaba un poco más perdidillo, más turbio. Ahora estoy en un momento de mayor apertura hacia la vida. Además, me apetecía abordar ese reto tan grande que es hacer una canción de amor, porque es mucho más fácil ir a por lo que está mal que celebrar que algo es maravilloso. Estoy en una fase en la que estoy más esperanzado. Eso se traduce en lo que estoy haciendo”, concluye. Y es normal que se muestre optimista. Con esa destilación tan propia de talento, trabajo y visión, vendrán cosas bonitas. Seguro.

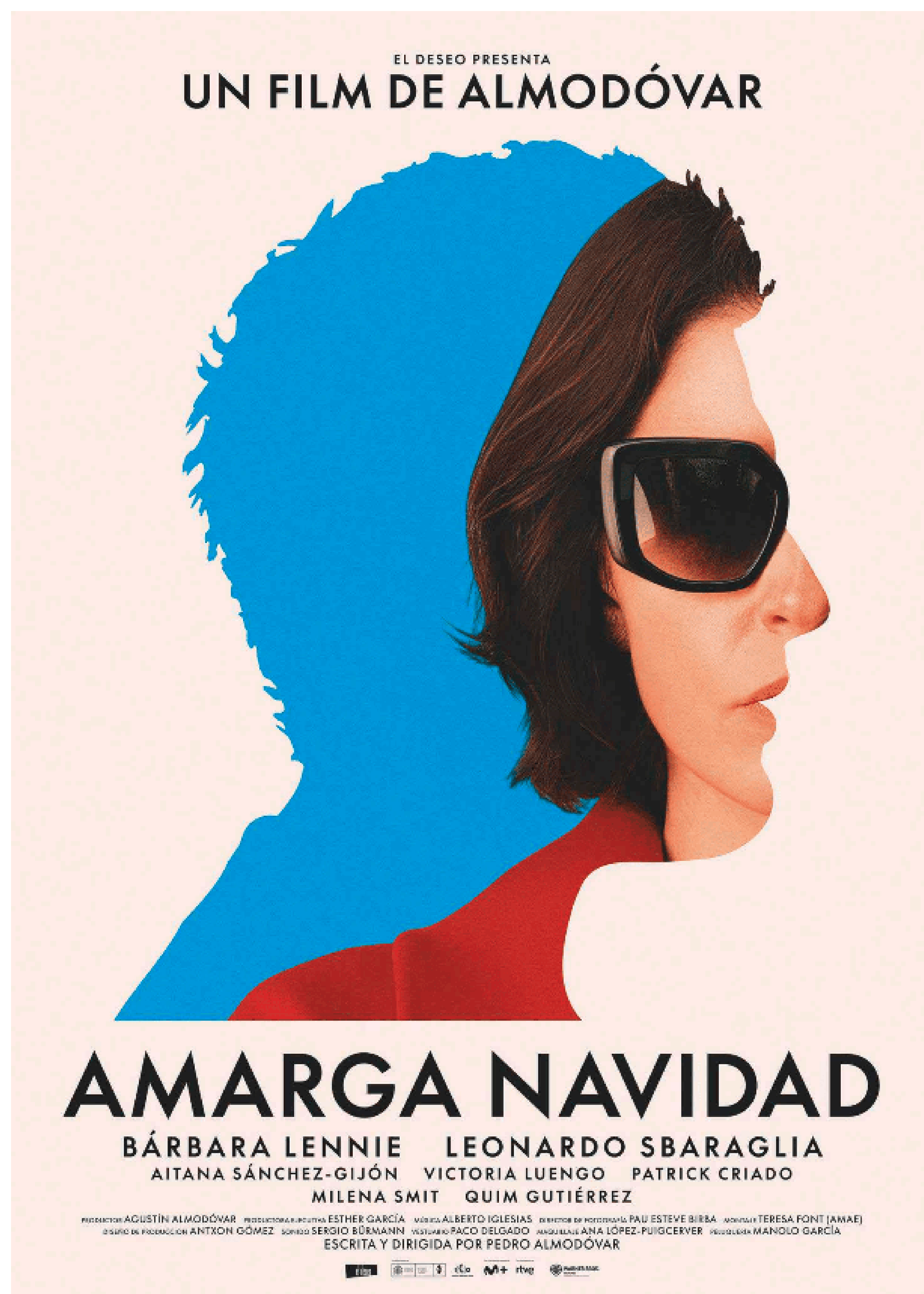
PILLARLO *a la* PRIMERA

Prolífico y versátil como pocos, el diseñador JAVIER JAÉN ha fraguado una trayectoria cuajada de poderosas imágenes. Ahora firma un nuevo capítulo con PEDRO ALMODÓVAR, al que le une una fértil relación. Por CECILIA CASERO.

Dicen que la primera impresión es la que cuenta. Y en el caso de los carteles de cine, que suelen adelantarse en el tiempo a las películas que retratan, esta máxima se cumple casi siempre. Javier Jaén (Barcelona, 1983) es muy consciente de ello y por eso el diseñador, que ha trabajado para publicaciones y marcas tan

prestigiosas y dispares como *The New York Times*, *The New Yorker*, *Time*, Camper, Louis Vuitton, Netflix o Zara, entre muchas otras, aborda con mimo las piezas que ha diseñado para las últimas cintas de Pedro Almodóvar, una relación que arrancó en 2021 con *Madres paralelas*. “Cuando recibí el encargo lo primero que

hice fue imprimir todos los carteles de sus películas y ponerlos en el suelo... y de golpe sentí mucho vértigo. Son imágenes que han construido un poco nuestra cultura visual e incluso diría una cierta identidad nacional. Uno de los primeros que recuerdo –supongo que por edad o por el momento en que salió– es *Todo sobre mi madre* (1999), de Óscar Maríné; pero luego siento muy cercano también a mi lenguaje el de *Tacones lejanos* (1991), que era de Juan Gatti. Pero hay muchos más: Mariscal [*Los amantes pasajeros* (2013)], Ceesepe [*Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980) y *La ley del deseo* (1987)], etc... Siento que todos son maestros que han ido abriendo un camino para que vengamos los demás”, reconoce el barcelonés. Aquel primer cartel trajo, además, una inesperada polémica incluida: la composición –un pezón con forma de ojo del que brotaba una gota de leche– fue censurada en Instagram. “Aquello fue una experiencia muy reveladora del poder de la imagen en una sociedad como la nuestra. Utilizamos ese altavoz para hablar sobre la sexualización del cuerpo femenino, la libertad de expresión y las decisiones morales tomadas por algoritmos. Al final toda esa presión social y mediática obligó a la plataforma a disculparse públicamente y permitir su publicación. Una de las cosas bonitas que pasaron es que ese diseño ya no era solo el cartel de una película sino también el símbolo de muchas cosas”, recuerda. Ese fue el tumultuoso arranque de una fructífera relación que siguió con la creación de algunos objetos clave para la narrativa de *La habitación de al lado* –la portada del libro que escribe Ingrid Parker, el personaje de Julianne Moore, es obra suya, entre otras piezas– y que ahora culmina con el alumbramiento del cartel de *Amarga Navidad*, la última producción del cineasta que se estrena el próximo 20 de marzo y que está protagonizada por las cuatro actrices que aparecen en la portada de este número:



LOLA CASADEMUNT

BARCELONA



45

Years dreaming



Aitana Sanchez-Gijón, Bárbara Lennie, Milena Smit y Victoria Luengo. “Es una película muy coral, tiene muchísimas capas. Es una especie de muñeca rusa que, entre otras cosas, es un canto de amor al cine. También la leo –como me ocurre con *El último sueño* [el libro de Reservoir Books lanzado en 2023 con relatos del manchego y cuya cubierta también es obra de Jaén]– en clave de autoficción porque nos cuenta no solo su universo como creador sino también cómo influye en su entorno. La película no solo habla del cine, sino de las personas que lo hacen posible, no tanto en lo técnico como en lo humano, y de cómo les afecta la figura de alguien así”, desvela. Esta es pues la cuarta colaboración entre el diseñador y el director, una alianza que pone de manifiesto los intensos lazos creativos que unen a ambos. “Para mí, Pedro es alguien a quien admiro profundamente y respeto, sobre todo, su integridad artística y su pasión por el detalle. Él es el responsable de tomar cada pequeña decisión y eso no es tan habitual”, explica el barcelonés sobre su dinámica de trabajo.

Además, el diseñador también incide en el imaginario estético que todos tenemos y en el que el ADN del cineasta ha dejado una profunda impronta. “Hay ciertos códigos que incluso han trascendido al lenguaje popular –‘esto es muy almodovar’–

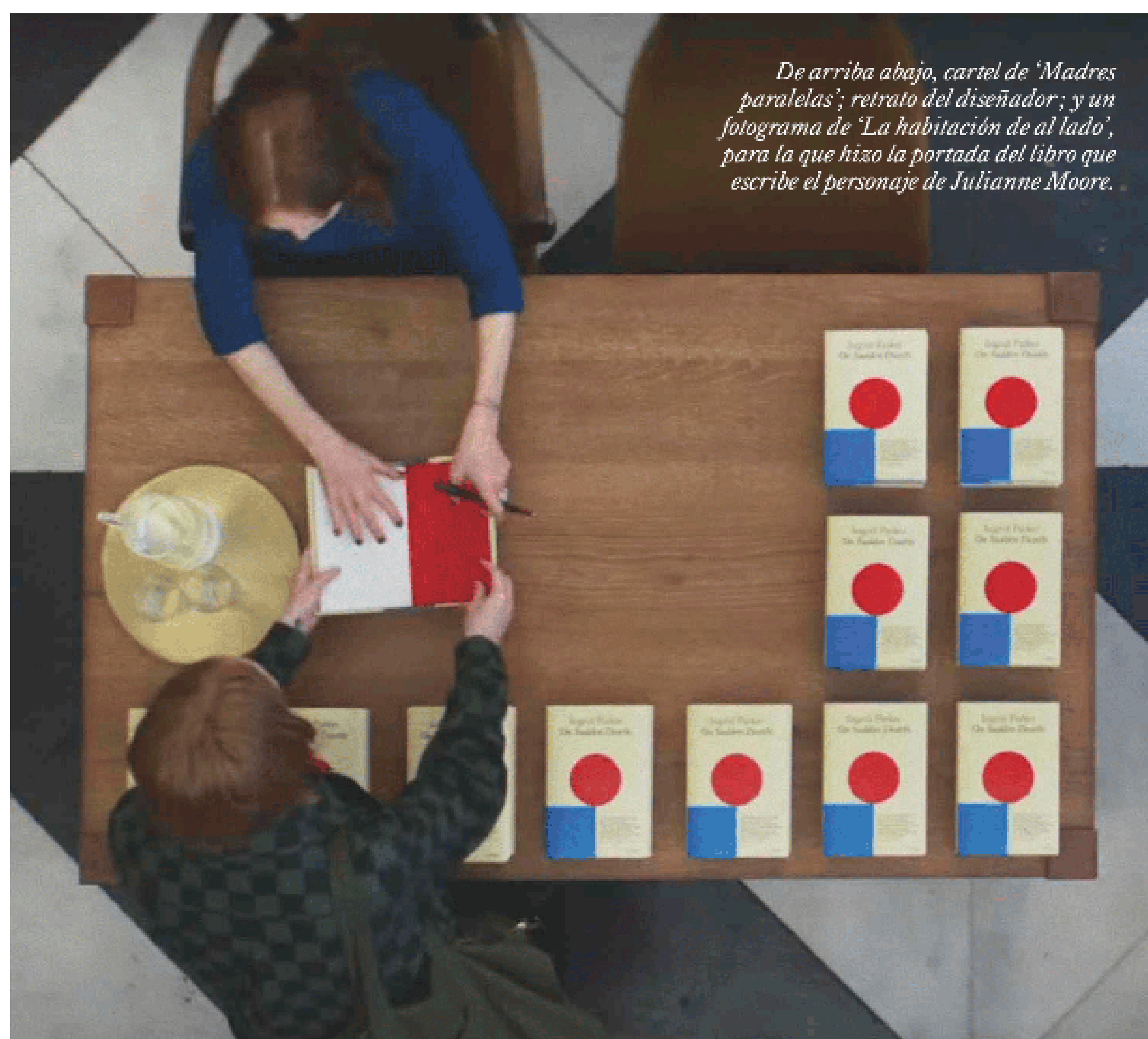
no’-. No lo sabemos explicar pero lo sabemos identificar. Creo que todos tenemos una cultura visual mucho mayor de la que creemos (por eso sabemos que una determinada caja de galletas es más cara que otra sin ver el precio, por ejemplo). Nos comunicamos todo el tiempo con imágenes y somos conscientes de que el contexto es importante: que alguien te mande unos *emojis* a las tres de la tarde o a las tres de la mañana significa muchas cosas distintas”, ilustra.

A pesar de que Jaén ha desarrollado a lo largo de su trayectoria una factura visual propia muy reconocible –y muy reconocida, tanto a nivel nacional como internacional–, se siente bastante cómodo en un discreto segundo plano: “Trato de no priorizar lo que yo quiero hacer, sino que estoy al servicio de intentar explicar algo –en este caso se trata de una película, pero otras veces es una obra de teatro, la portada de una revista, etc...– lo mejor posible. Tra-

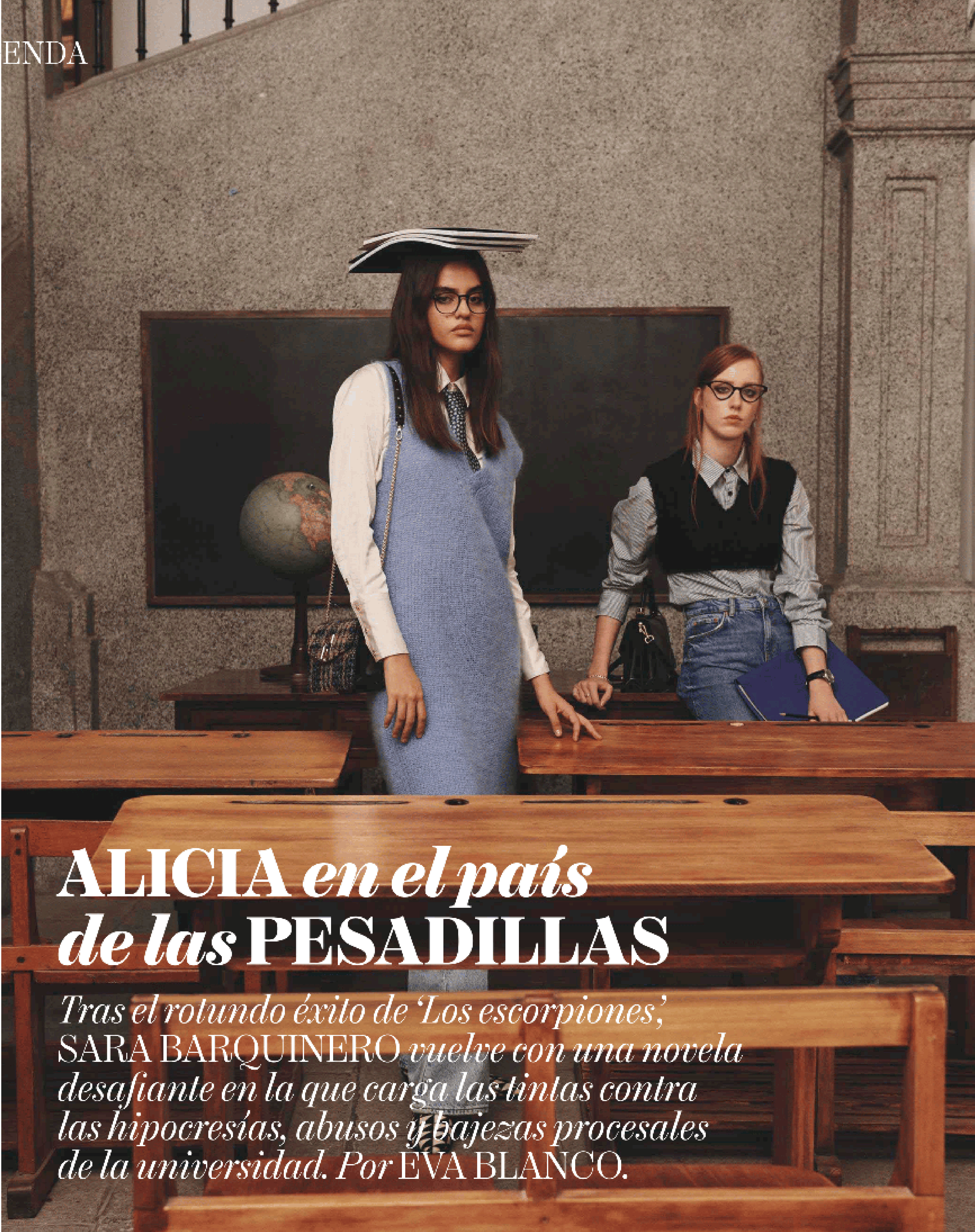
bajo más como un sastre que tiene que hacer un traje a medida para cada proyecto y no tanto para decir ‘este es mi estilo’”, reflexiona. Y añade de manera muy ilustrativa: “Mi objetivo es encontrar imágenes que, de alguna manera, nos toquen, nos estimulen, nos hagan cosquillas; a veces en el cerebro; otras, en los ojos o en el estómago, no tiene por qué ser siempre igual. Yo no pretendo hacer la cosa más rara, ni la más original. Hay veces en las que un buen diseño es una flecha que te dice ‘la salida está allí’ y ya está. No me interesan particularmente los fuegos artificiales, ni creo que tengan sentido siempre”. Desde luego él no los necesita.



“Yo no pretendo hacer la cosa MÁS RARA, ni la más original. Hay veces en las que un BUEN DISEÑO es una flecha que te dice ‘la salida está allí’ y ya está”.



De arriba abajo, cartel de ‘Madres paralelas’; retrato del diseñador; y un fotograma de ‘La habitación de al lado’, para la que hizo la portada del libro que escribe el personaje de Julianne Moore.



ALICIA *en el país* de las PESADILLAS

Tras el rotundo éxito de ‘Los escorpiones’, SARA BARQUINERO vuelve con una novela desafiante en la que carga las tintas contra las hipocresías, abusos y bajezas procesales de la universidad. Por EVA BLANCO.

A

segura Sara Barquintero (Zaragoza, 1994), doctora en Filosofía y uno de los nombres más aclamados del panorama literario actual, que muchas de las personas más exitosas que ha conocido en contextos académicos o editoriales a lo largo de su vida hacían gala de ese capital cultural heredado que tanto le preocupa –precisamente, por carecer de él– a Alicia, la protagonista de su nueva novela, *La chica más lista que conozco* (Lumen;

a la venta el 12 de marzo). “Quienes sí han crecido en esos entornos favorecidos, muchas veces tienen un gusto, una relación con el arte, con el dinero, que gente como yo hemos aprendido a imitar. Y sentía que no se hablaba lo suficientemente de eso. También me parece que sucede mucho en la política. No creo que sea obligatorio venir de una familia humilde para ser un representante de izquierdas, por supuesto que no,

ESTÉE LAUDER

Número 1 en euros facturados y en unidades vendidas en base de maquillaje.
Fuente: Circana Group, I.P., sucursal en España, periodo: enero-diciembre 2025.

Nuevo Double Wear

EL NUEVO MATE LLENO DE VIDA

Sólo el n°1¹ podía reinventarse para más:

Más duración

36H de duración impecable.

Más tratamiento

Ácido Hialurónico, Niacinamida y SPF10.

Hidratación + control de brillos.



pero muchas veces hay voces cantantes en los movimientos sociales que, lejos de problematizar esta situación de privilegio y matizar su discurso, simplemente la obvian. Como si diera igual ser hijo de un ministro del PSOE o ser hijo de un curule para haber llegado hasta allí”, introduce también la autora de *Los escorpiones* (Lumen), la gran novela revelación de 2024 que supuso su consagración absoluta.

“En cualquier caso, lo que más me interesa de esto no es tanto cómo puedes adquirir capital cultural, que está claro que muchas personas que venimos de una familia más normal hemos superado con creces en ese registro a otros que vienen de ambientes más elevados, quizá, precisamente, por deseo compensatorio, sino resaltar que de fondo hay una cuestión de actitud, de cómo te vas a sentir toda tu vida”, ahonda. “Hay un momento en la novela, aunque es una nota pequeña, en el que se habla sobre cómo los hijos de la clase media son justo los que más se prestan a realizar las tareas más tediosas y hacer la vista gorda ante peores condiciones laborales. Para desdeñar el dinero hace falta tenerlo”.

De ahí que, a pesar de ser académicamente brillante, la citada Alicia, una joven vallisoletana que se instala en Madrid, en el piso de su tía Puri, para cursar la carrera de Filosofía, decida hacer todos los esfuerzos posibles para desvincularse de la posibilidad de ser catalogada de ‘provinciana’, el insulto al que más recurren algunos de esos otros compañeros intelectualmente sofisticados por derecho de nacimiento que tanta fascinación causan en ella. Sin embargo, este es solo el primero de una larga lista de desencantos a los que deberá enfrentarse la protagonista de *La chica más lista que conozco*, una narración en la que Barquinero disecciona en profundidad las miserias de ese mundillo universitario: un espacio cuajado de líos sexuales entre profesores y alumnas —algunos cuestionables; otros, potencialmente delictivos— y de fraticidas luchas interdepartamentales.

Alicia, claro, está en el meollo de todo ello. Es más, se podría decir que, lejos de ser un ente pasivo arrollado por la crudeza de los acontecimientos, ella misma contribuye en buena medida a desatar el caos. Sobre todo, desde el momento en el que se obsesiona con un popular miembro (nunca mejor dicho) del cuerpo docente. “Probé a construir la historia de una pobre chica, feminista y amiga perfecta, que es seducida por un profesor, pero me quedaba demasiado maniqueo. Me apeteció crear una protagonista que cometiese errores, porque eso

“No sé si cómo se comportan algunos hombres mayores con JOVENCITAS es penable; pero lo que es es RIDÍCULO”.

era más interesante. Para mí, el problema de este tipo de relaciones no es tanto que piense que los profesores son siempre muy malos y las alumnas muy buenas. Sino que, incluso entendiendo que la alumna pueda ser una retorcida y el profesor un pobre hombre, aun así es él el que debería decir que no”, sentencia, antes de lanzarse a hacer unas matizaciones al respecto.

“Lo que sí que quería que quedase claro es que, no sé si cómo se comportan algunos hombres mayores con jovencitas es penable; pero lo que es es ridículo. Ver a señores hechos y derechos haciendo el tonto con chavalas de 19 años, cuando menos, da vergüenza ajena. Por no hablar del descrédito que eso conlleva a la hora de tener fe en una institución, ya sea política, universitaria o del tipo que sea. Que el hombre que te ha invitado a reflexionar sobre la violencia o a repensar Occidente al final sea un guarro que se ha liado con tres alumnas te deja una sensación de: ‘Y entonces, ¿para qué hemos hecho todo esto?’. El problema no solo es él, sino los que lo encubren. Los que luego lo ascienden a catedrático”, dice la autora, que ha apostado por una inusual estructura en la que la trama se desarrolla de manera paralela a una serie de Observaciones (así las llama) de no ficción, en las que una voz narrativa mucho menos inocente introduce juicios morales y ofrece

contexto sobre lo que acontece en la historia. Es en estos apuntes donde Barquinero no tiene problemas en apuntar directamente a exrepresentantes públicos como Íñigo Errejón y Juan Carlos Monedero, acusados —aunque no condenados— de agresión sexual.

Por otro lado, uno de los motores que hacen que Alicia se comporte de manera inconsecuente y egoísta es esa especie de insatisfacción permanente que habita. Ese, según confirma la propia autora, querer estar siempre donde no está. “Quizá el lugar al que ella quiere ir es aquel que se retrata en todas esas ficciones literarias y televisivas que ha consumido como una loca desde pequeña. También me apetecía denunciar un poco eso. Por ejemplo, hablando de enamorarse de adultos o de triángulos amorosos, nuestra generación se ha criado con *Pequeñas mentirosas*, *Crónicas vampíricas*, *Crepúsculo* y *Memorias de Idrún*. Hemos asistido a una serie de títulos que ya parece que nos predisponen a buscar al chico malo. El protagonista de la novela, sin ir más lejos, es uno de esos hombres que parecen maltratados por la vida por los que muchas de nosotras nos podemos sentir atraídas. Esa especie de gran amor al que nosotras vamos a salvar y que, a su vez, nos va a salvar de nosotras mismas. La gran narrativa a la que acudimos para justificar cualquier indicio de toxicidad en una relación”.

Para más inri, todas estas relaciones asimétricas se dan en un contexto dedicado al estudio de la moral y de la ética. Grandes conocedores de Kant, Sartre o Kierkegaard que se rinden a las más bajas pasiones. No es, para Barquinero, un problema que atañe solo a la facultad de Filosofía, sino una cuestión transversal que también incluye otros procesos y dinámicas que han contribuido al empobrecimiento de los centros del saber en España. “Todos intuimos que hay algo de chanchullo en la universidad. Nunca le he contado a alguien algo que he visto y me ha dicho: ‘Ah, qué sorpresa’. Yo, por ejemplo, pondría una oposición para entrar y punto. Vale ya de concursillos. Constaté que la gente que era buena académica de verdad nunca estaba haciendo su tesis. Estaban todo el rato preparando la clase, la conferencia, el *paper*, el *abstract*... Y eso es una lógica de mercado, ¿cómo se va a hacer ahí el pensamiento libre? Hay muchas cosas a las que darle vueltas y eso ya no es culpa solo de los profesores, sino de la sociedad”. Tras hacer el doctorado, Barquinero decidió cerrar su estancia en la universidad. Una decisión que, a día de hoy, ratifica. “Además, después de esta novela yo creo que no me van a querer en ningún sitio”, concluye entre risas.

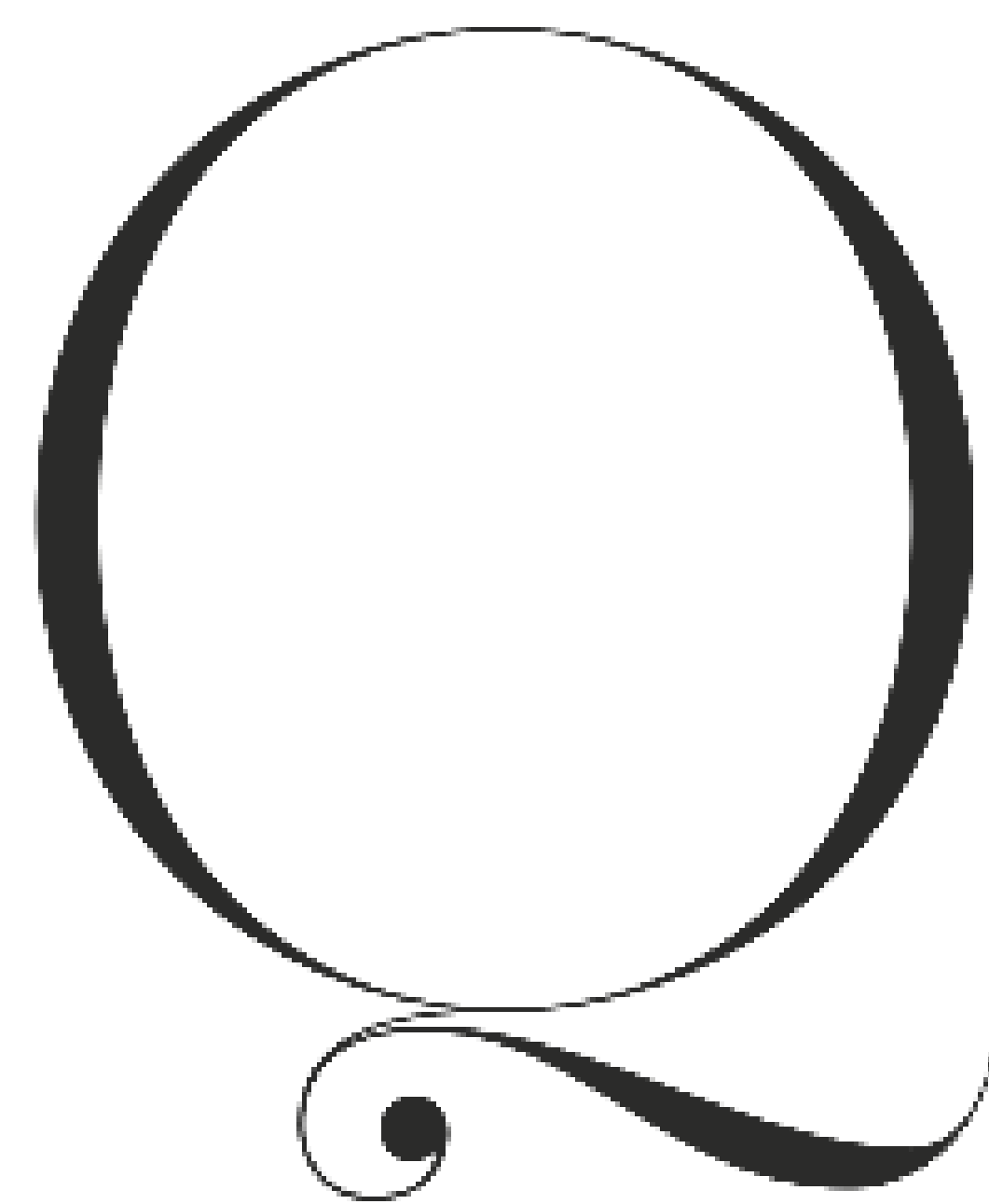


‘La chica más lista que conozco’ (Lumen) aterriza en librerías el 12 de marzo.



BLANCOS Y RADIANTE

De lujo exclusivo a fenómeno global, las CARILLAS DENTALES dibujan sonrisas perfectas a una velocidad pasmosa. He aquí los detalles del tratamiento de moda. Por VIOLETA VALDÉS.



¿Quién le iba a decir a Joan Crawford, James Dean o Shirley Temple que tendría que pasar un siglo para que las carillas de cerámica que el odontólogo Charles Pincus (el favorito de las estrellas de Hollywood) ideó para ellos pasaran de fijarse con adhesivos temporales a convertirse en uno de los tratamientos más seguros y duraderos de la estética dental. El doctor Fernando Soria, especialista en odontología estética, reconstructiva, periodoncia e implantología de la Clínica Fernando Soria, señala que la evolución de esta técnica se debe, en gran parte, a que “en la era del *selfie*, la sonrisa se ha convertido en protagonista absoluta: ya no es solo una cuestión de imagen, sino parte esencial de la identidad digital. De ahí que las carillas dentales hayan pasado de constituir un tratamiento especializado a un fenómeno aspiracional y global, símbolo de éxito, atractivo y marca personal”. Así, cada vez más pacientes evitan los largos procesos de ortodoncia y blanqueamientos tradicionales, apostando por estas ‘transformaciones de sonrisa’ virales. A continuación, todas las opciones, ventajas y posibles inconvenientes de este tratamiento dental.

¿PORCELANA O COMPOSITE?

Para empezar, el doctor Soria aclara que cerámica y porcelana son lo mismo: cerámicas feldespáticas o de disilicato de litio. Sus ventajas frente al composite son muchas: ofrecen un acabado más natural y traslúcido, mantienen el color a largo plazo, duran quince años o más y presentan alta resistencia al desgaste. El procedimiento es sencillo: el protésico dental las fabrica en el laboratorio a partir de un estudio digital y en algunos casos solo se requiere un ligero tallado antes de la cementación final. Eso sí, las carillas de porcelana implican una mayor inversión económica, un tratamiento más prolongado y son difíciles de reparar si se fracturan, ya que deben reemplazarse por completo. “La clave del éxito del tratamiento va a depender en gran medida de la calidad y experiencia del protésico dental y en su habilidad para recrear la naturaleza de las piezas. Existe un grupo de protésicos y de odontólogos que trabajan en serie y otro grupo que trabajan *en serio*”, explican desde la Clínica Fernando Soria.

En cuanto a las carillas de composite “se fabrican con el mismo material que usamos en los empastes dentales”, explica el doctor Soria. A diferencia de las de porcelana, tienden a pigmentarse con el tiempo, poseen una duración media de cinco a

siete años y son más propensas al desgaste o a pequeñas fracturas. A cambio, presentan ventajas prácticas: se pueden confeccionar en una sola cita, directamente en boca, generalmente sin necesidad de tallado dental y su coste es más accesible. La elección final será del paciente, aunque, como recuerda el doctor Soria, ha de basarse en el criterio del especialista: “El profesional debe evaluar todas las variables del paciente –hábitos funcionales o parafuncionales como el bruxismo, dieta, higiene y pH de la saliva– para recomendar la opción más adecuada, ya sea carillas de porcelana o de composite”.

CÓMO SE DISEÑA LA SONRISA

“El diseño de una sonrisa debe ser tan único como cada persona”, afirman desde Dental & Design. Para determinarla, en sus clínicas analizan la armonía facial, la simetría y hasta la personalidad del paciente: “El color se elige buscando un tono de blanco luminoso pero natural, nunca artificial. La forma y el tamaño se adaptan al tipo de rostro: más suaves y redondeados en rostros delicados o más definidos en facciones marcadas. El objetivo siempre es que la sonrisa se integre de forma equilibrada y auténtica”, añaden estos expertos en diseño de sonrisa.

RIESGOS Y LIMITACIONES

Para la doctora María Gámez, especialista en odontología estética e implantología y fundadora de la Clínica Dental Myca, “el mayor riesgo de este protocolo es no ponerte en las manos adecuadas. Un tallado excesivo, una mala planificación, una carilla gruesa... Detalles como estos pueden arruinar la sonrisa, pero también puede conllevar la aparición de problemas que antes no tenías, como sensibilidad, gingivitis o recesiones de encías. Es un tratamiento costoso pero, precisamente por eso, hay que ponerse en manos profesionales y que aporten confianza”.

Finalmente, la doctora Gámez alerta sobre las tendencias impulsadas por las redes sociales, antes mencionadas. “Cuando viene una chica jovencita con dientes sanos y sonrisa bonita y quiere ponerse carillas muy blancas, grandes, que no pegan para nada con su cara, es simplemente porque lo ve en TikTok. En estos casos, somos claros; nos negamos a hacer un tratamiento que creemos que le va a perjudicar e intentamos darle otras alternativas, como un blanqueamiento dental”, concluye.

¿SALIR O NO SALIR?

Que las generaciones más jóvenes (y no tan jóvenes) estén dejando de TRASNOCHAR para entregarse al ocio DIURNO tiene unas cuantas vinculaciones con el bienestar y adelanta una nueva concepción de las relaciones sociales. ANA MORALES analiza el fenómeno —y todos sus beneficios— con varios expertos en LONGEVIDAD y sueño.

La famosa hora del té británica reconvertida en *happy hour* en los *pubs* de moda, no solo de Londres; el ‘tardeo’ como concepto de moda entre los más jóvenes que muchos bares y locales de noche han sabido reinterpretar (y rentabilizar); clubs de *running* matutinos que crecen como la espuma en ciudades que antes nunca dormían (sí, hablamos de Nueva York); cócteles sin alcohol con adaptógenos para evitar resacas y sumar beneficios, y locales en los que el *DJ* trabaja en turno de tarde (y nunca de noche). La lista de hechos y detalles curiosos que confirman que salir hasta tarde ya no está de moda —tal y como afirmó el periodista Paolo Armelli en un artículo para *Vogue Italia* en 2024 en el que analizaba la incipiente tendencia— es larga. Y promete seguir creciendo. Lo que ratifica, entre otras cosas, que lo que podría haber sido una consecuencia pasajera de la pandemia se ha convertido en tendencia absoluta con propósito de redefinir las relaciones sociales y la forma en la que entendemos el bienestar. Todo va de la mano. Que cada vez haya más personas (generación Z incluida) que hayan decidido cambiar las largas noches de fiesta por encuentros vespertinos tiene muchas explicaciones vinculadas con la cultura del *wellness*, el concepto de la longevidad convertido en mantra popular y la imperiosa necesidad de desconectar del mundo exterior y conectar con uno mismo y con las personas de nuestro círculo más íntimo.

Por una parte, esta corriente parece una consecuencia de la hiperconexión y falta de descanso a los que nos enfrentamos cada día. Según datos recientes de una encuesta realizada en Estados Unidos, el 37 % de los trabajadores utilizó sus días de vacaciones pagadas para quedarse en casa y no hacer nada (cifra que asciende hasta el 43 % cuando se habla de *millennials*, la generación agotada). Aunque el fin último (y más lógico) de este nuevo comportamiento podría ser ganar calidad de vida —suele ser el objetivo entre la mayoría de las personas que lo practican, que priorizan la necesidad de no restarle horas al sueño en un club nocturno—, sigue sobrevolando el deseo de la productividad en algunos casos. Ya se sabe, irse a la cama pronto para seguir haciendo (que no viviendo) al día siguiente. Es una de las conclusiones que comparte con esta cabecera el doctor David Luu, cirujano cardíaco y fundador del proyecto Longevitydocs. Vive en Nueva York y considera la ciudad norteamericana como el epicentro de esta transformación de hábitos sociales y de vida, sin descartar el hecho de que este cambio social tenga que ver también con el deseo de alcanzar el éxito. “La ciudad está impulsada por la productividad, la ambición y el desempeño. La gente es cada vez más consciente del desfase en el hora-





rio social y del desajuste entre este y los ritmos biológicos. Trasnóchar, alcohol y sueño irregular crean un coste fisiológico que se extiende mucho más allá de la noche sin sueño. En Nueva York, donde las personas construyen empresas, lideran equipos y gestionan conocimientos cognitivos constantes, salir hasta las tres de la mañana simplemente no optimiza el éxito”, explica el experto.

No obstante, más allá de esta teoría, Luu insiste en que hay otros motivos que explican que mucha gente haya dejado de salir por la noche para madrugar y cuidarse. Y muchos tienen que ver con la monitorización del bienestar –compartir estadísticas de sueño también puede ser una tendencia–, una mayor conciencia sobre los beneficios que tiene para la longevidad dormir bien y una evolución en el terreno de las relaciones sociales. “Conocer gente ya no requiere salir hasta las dos de la mañana en un club lleno de gente. La conexión se ha vuelto más intencional y flexible”, explica. Ese es el quid de la cuestión: no significa no cultivar uno de los factores de longevidad confirmados con mayor rotundidad por la ciencia (las relaciones sociales), sino hacerlo de una forma consciente y maleable sin crear una deuda de sueño”. Somos animales sociales y necesitamos esa conexión, se trata de tenerla en horario diurno y vespertino para no robarle horas al sueño, “la herramienta de longevidad más subestimada y gratuita que tenemos”, añade Luu.

Precisamente esta reinención de la socialización desde una perspectiva más saludable es algo que Sofia Solano, fundadora del Club Boba (solo para mujeres), también ha observado entre sus clientas. “Buscan encuentros con propósito: actividades de movimiento, espacios de autoconocimiento o experiencias de crecimiento personal y profesional. Son planes donde el disfrute nace de compartir tiempo de calidad y conversaciones profundas con otras mujeres, sin necesidad de alargar la noche para sentir que has vivido algo especial”. Y sí, este fenómeno también sucede entre los más jóvenes. “La generación Z fue testigo de la normalización del agotamiento, la ansiedad, la falta de sueño y las enfermedades crónicas. A través de mi trabajo en Longevitydocs con más de 600 médicos especializados en longevidad en 50 países, veo a esta generación abordar su salud con una intencionalidad sin precedentes: protegiendo su energía, claridad mental y vitalidad a largo plazo de una manera que las generaciones anteriores no hicieron. El sueño se ha convertido en un elemento central de este cambio. Ya no se trata de parecer descansado. Se trata de proteger la salud cardiovascular, resiliencia cognitiva, equilibrio metabólico y recuperación celular”, explica Luu. Y lo confirma Solano, que habla de un cambio generacional también en la forma de entender el ocio, algo que va de la mano con todo lo anterior. “Divertirse ya no significa necesariamente trasnóchar, sino cuidarse sin dejar de socializar. Vivimos en un momento en el que disponer de tiempo para uno mismo se ha convertido en un auténtico lujo, y eso está redefiniendo los planes sociales. Hoy los más deseados pasan por un *brunch* tranquilo, una clase compartida de yoga o pilates, o eventos que terminan a una hora razonable y te permiten seguir con tu vida al día siguiente con energía. El bienestar ha dejado de ser una obligación para convertirse en una forma de disfrutar”.

Parece que en este sentido, la cantidad de información de la que disponemos actualmente está jugando a favor. “Más que una moda, responde a una evolución en el conocimiento colectivo: hoy somos mucho más conscientes del impacto que nuestros hábitos tienen en nuestra salud, tanto a corto como a largo plazo. El bienestar y la longevidad ya no se entienden como metas aisladas, sino como un proceso continuo en el que cuerpo y mente trabajan en equilibrio. Queremos vivir más años, pero sobre todo, vivirlos bien”, explica Miriam Iriondo, Spa Manager de Urso & Marugal Hotel Management Group, donde los tratamientos de sueño profundo despiertan gran interés entre sus clientes. Pero como todo en esta vida, es importante que esta nueva forma de socializar conectada con el bienestar no se convierta en obsesión. Trasnóchar de forma habitual puede tener un coste fisiológico y emocional, pero no es cuestión de encerrarse. “No se trata de volverse ascético. Salir a cenar con amigos, bailar, crear experiencias memorables o conectar de forma auténtica es imprescindible. Somos animales sociales. Y necesitamos momentos para liberarnos y sentirnos vivos”, concluye Luu. La cuestión es si decidimos hacerlo de noche (o de día).

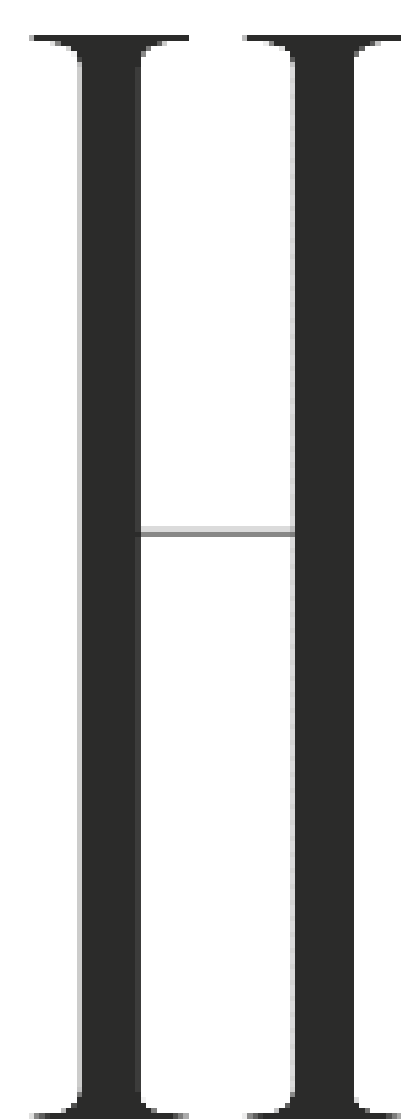
LOS BENEFICIOS DEL OCIO DIURNO:

No crear un déficit de sueño al trasnóchar mejora nuestro bienestar y regula el sistema nervioso. “Mientras dormimos, el cerebro limpia los residuos metabólicos que se acumulan durante el día y es esencial para el desarrollo cognitivo y la regulación emocional”, explica Luu.

Para el doctor Álvaro Campillo, experto en longevidad de The Beauty Concept, el *tardeo*, con sobremesas largas y cenas tempranas, es una estrategia sencilla que puede ayudar al envejecimiento saludable. “Al haber mayor tiempo de reposo digestivo y poder equilibrar la microbiota, se reparan las líneas de defensa del tubo digestivo y limpian los tóxicos (mientras estamos comiendo o haciendo la digestión todo esto no puede realizarse)”, sugiere.

Esta tendencia implica, tal y como apunta Sofia Solano, “un consumo más consciente y a menudo reducido de alcohol, con alternativas *zero* cada vez más presentes. El resultado es sencillo pero poderoso: despertar con claridad mental, sin sensación de pesadez y con ganas de moverte y vivir el día”, argumenta en referencia al descenso en el consumo de espirituosos.

Para el doctor Luu, salir hasta tarde puede afectar al comportamiento de nuestros ritmos circadianos por las consecuencias que tiene un sueño pobre. “Dormir poco no solo te hace estar cansado, también incrementa la inflamación, el riesgo metabólico y acelera la edad biológica”, concluye el experto en longevidad.



Hay una inmensa mayoría de personas que conoce la existencia de la kombucha; los supermercados tienen una oferta creciente de diferentes variedades de kéfir (en muchas ocasiones agotadas); y desayunar sopa de miso ha pasado de ser una costumbre japonesa a un hábito innegociable para muchos occidentales. Sin duda, el furor por los alimentos probióticos es una realidad. Si buscamos explicación en ese escaparate de los intereses populares en el que se ha convertido TikTok (con permiso de Google), según datos de la consultora de tendencias Spate, en 2025 la fama de estos alimentos (y concretamente de la soda probiótica) ha subido como la espuma, superando un crecimiento del 80 %. Y aunque podría tratarse de una moda pasajera con fundamento viral, la realidad es que si rascamos algo más llegamos a un coherente fondo de la cuestión: convivimos con una microbiota desequilibrada, lo que deriva en muchas consecuencias en el día a día. “Está más alterada que antes, entre otros motivos por la toma de antibióticos, alimentos ultraprocesados, edulcorantes artificiales y aditivos. También por el estrés o la falta de sueño, los cuales pueden modificar la composición y equilibrio saludable del microbioma intestinal”, avanza la nutricionista Laura Parada. Y recuerda que una microbiota sana influye en la digestión, en la absorción de nutrientes, en el sistema inmune y hasta en la salud mental a través del eje microbiota-intestino-cerebro. “Todo ello repercute en el estado de ánimo, niveles de ansiedad y depresión. Y su desequilibrio determina un estado de disbiosis y desregulación inmunológica que contribuye de manera decisiva en el desarrollo de enfermedades gastrointestinales y sistémicas”, advierte antes de sumar otras de las consecuencias que tiene un ecosistema intestinal alterado: resistencia a la insulina y un aumento del peso corporal.

Precisamente por esta larga lista de inconvenientes hemos encontrado en los alimentos fermentados y probióticos una especie de reducto de paz entre tanta alteración, ya que como recuerda la doctora Conchita Vidales, jefa de la Unidad de Nutrigenética en DEMYA Madrid, “somos más conscientes que nunca de la importancia de nuestra microbiota y de cómo afecta a otros órganos del cuerpo”. Pero como dijo Aristóteles, la virtud está en el punto medio, y ante el furor por estos alimentos llenos de bacterias beneficiosas es importante recordar que la dieta equilibrada es un conjunto de patrones y hábitos variados, y que entregarse a las bondades de una sola tipología de nutrientes no es buena idea. “No soy muy partidaria de las recomendaciones universales. Probablemente al tomar probióticos haya una gran diversidad de microorganismos que pueden

CÓMO INCORPORAR PROBIÓTICOS

Kéfir

Con más probióticos que el yogur, se recomienda en ayunas o en el desayuno, según Vidales.

Yogur natural o griego

Es necesario elegirlo sin agregados ni aditivos, siempre en su versión natural.

Chucrut y kimchi

Los vegetales fermentados son muy recomendables en las comidas principales.

Kombucha

Esta bebida a partir de té negro o verde y cultivo de bacterias debe evitarse por la noche por su contenido en cafeína.

Encurtidos

Pueden ser cebolletas o pepinillos fermentados en sal, agua y bacterias lácticas naturales para mejorar la salud intestinal. Los que usan vinagre no tienen esas bacterias beneficiosas ya que no han fermentado.

ayudar a diversificar la flora y generar beneficios. Pero siempre en su justa medida y según el contexto. No todo el mundo va a necesitar lo mismo, ni la misma cantidad. Incluso en algunas personas podría llegar a ser perjudicial si hay un sobrecrecimiento bacteriano a nivel de intestino delgado y la toma de esos alimentos podría inflamarse y generar una distensión abdominal mayor, empeorando su sintomatología”, explica la doctora Laura Cortes, especialista en medicina integrativa de Clínica Planas. Sí, aunque en líneas generales los alimentos probióticos favorecen tener una mayor diversidad de bacterias y, por tanto, mejoran la microbiota y ayudan a que esté más saludable, Cortes advierte que “a otras personas estos alimentos les pueden generar molestias o hinchazón, en función de si hay sobrecrecimiento de bacterias, si hay permeabilidad o si hay un exceso de enzimas proteolíticas o de diferentes bacterias. Por eso es fundamental no dar recomendaciones generales sin escuchar al cuerpo y ajustar según el momento de tolerancia”, advierte la experta.

No obstante, sin entrar en reglas numéricas universales, incorporar una o dos veces al día estos alimentos con bacterias beneficiosas suele ayudar. Entre los más conocidos están el yogur natural o griego; kéfir; algunos quesos como cabrales y roquefort, productos orientales a base de soja como miso, nattō, kimchi o tempeh; repollo fermentado (chucrut); masa madre o levadura natural y encurtidos (en Japón son una base importante de los menús, y están presentes como acompañamiento en las comidas principales). Pero en el caso concreto de los encurtidos por excelencia, los pepinillos, Parada aconseja elegir los fermentados, es decir, preparados en agua y sal, fácilmente identificables porque en su etiqueta se especifica que tienen cultivos vivos o sin pasteurizar. “Las versiones en vinagre no tienen esas bacterias beneficiosas porque se conservan rápidamente en ácido acético sin dejarles el tiempo que requieren para fermentar y tener bacterias beneficiosas para la salud intestinal”, explica. Respecto a la toma de probióticos en forma de suplementos orales, la doctora Vidales insiste en la importancia de valorar su conveniencia mediante una analítica específica de microbiota para detectar cuáles son las necesidades y personalizar el tratamiento.

En este camino para modular el equilibrio de la microbiota no podemos olvidar los alimentos prebióticos que fomentan el crecimiento de bacterias beneficiosas y que están presentes en legumbres, frutas, verduras, cereales integrales, frutos secos y semillas de chía y lino. “La clave es llevar una dieta variada, rica en fibra, para fomentar una microbiota diversa y saludable”, concluye Parada.

“LOS PROCESADOS Y LOS EDULCORANTES ARTIFICIALES ALTERAN LA MICROBIOTA INTESTINAL”



CUANDO MÁS ES MENOS

Los ESTIRAMIENTOS faciales mediante nuevas técnicas menos invasivas son una de las alternativas más recomendadas para obtener resultados NATURALES. ANA MORALES habla con varios cirujanos al respecto.

M

enos no siempre es más. Sobre todo en materia de rejuvenecimiento facial. Bajo la promesa de procedimientos mínimamente invasivos –es una de las claves de la mayoría de los protocolos de medicina

estética– estamos asistiendo a lo que la comunidad médica llama *filler fatigue*. O, lo que es lo mismo, un abuso de rellenos faciales que deriva en rostros poco naturales y alejados de la sencillez que en un principio se busca cuando una persona se inicia en estas lides. “La mayoría de las caras deformadas que se ven no son por cirugía sino por rellenos, ya que pueden distorsionar enormemente el rostro”, explica el cirujano plástico Francisco Gómez Bravo –miembro de Institución Gournay,

comunidad profesional y científica de prestigio internacional– en referencia a los excesos de estos protocolos y a la *mala praxis* que deriva en las famosas *pillow faces* o ‘caras de almohada’ que tantos titulares han acaparado por su ausencia de naturalidad. Pero al mismo tiempo que presenciamos esta ‘fatiga por relleno’, vemos cómo ciertas *celebs* han rejuvenecido de una forma más natural sin rastro de infiltraciones. ¿El secreto? Los nuevos *liftings* mediante técnicas menos invasivas

Hacer MENOS, hacerlo MEJOR: la sofisticación SILENCIOSA de la medicina estética

Durante mucho tiempo, la medicina estética fue percibida como una disciplina asociada al retoque, a la corrección puntual o incluso al exceso. “Quienes llevamos años dedicándonos a ella sabemos que la estética bien entendida tiene más que ver con el criterio que con la intervención, con el diagnóstico que con el gesto técnico, y con la visión a largo plazo que con la inmediatez”, comenta el doctor Miguel Paule.

Hoy el paciente ha cambiado. Ya no busca transformarse, sino entenderse mejor, cuidarse y sentirse bien sin perder su identidad. Esa evolución ha obligado también a los médicos a replantearse su papel: “No somos ejecutores de deseos, sino intérpretes de una necesidad, guías médicos de un proceso que debe ser honesto, medido y profundamente personalizado”, relata el doctor.

Con esa filosofía nació Clínica Paule, un proyecto que hoy es referente en medicina estética tanto en Canarias como a nivel nacional, y que recibe a pacientes de todo el mundo que desean algo más que un tratamiento: buscan confianza, criterio y excelencia médica. La clínica ha crecido hasta convertirse en un grupo médico multidisciplinar, con once profesionales especializados en distintas áreas, todos con trayectorias sólidas y reputación propia, pero unidos por un criterio clínico común que Paule marca y supervisa.

Ese criterio –que muchos pacientes ya reconocen como “el método Paule”– se basa en una premisa sencilla pero exigente: “No todo lo que se puede hacer, se debe hacer. Y cuando se hace, debe hacerse con precisión, naturalidad y sentido médico”. Esa misma visión se ha extendido de forma natural a otras áreas. Hoy son también referentes en cirugía plástica y en ginecología estética y funcional, fundamental para la salud, el bienestar y la calidad de vida de muchas mujeres.

Otro paso importante en estos últimos años ha sido la consolidación de Clínica Paule Capilar. Este ámbito exige una especialización extrema y una visión a



En colaboración con **Teoxane**

Para el doctor Miguel Paule, “la medicina estética está entrando en una etapa de madurez, y con ella, los médicos que entendemos que la belleza no se impone: se acompaña”.

largo plazo, y no solo en lo referente a injertos, también a salud capilar, a un diagnóstico preciso, a un tratamiento médico previo y a decisiones quirúrgicas bien indicadas. El objetivo nunca es “poner pelo”, sino construir resultados sostenibles con el paso del tiempo.

La coherencia que acompaña su carrera es la que le ha llevado a desarrollar una marca de cosmética, actualmente en pleno proceso de creación. “La cosmética no puede ser un accesorio vacío; debe ser una extensión lógica del tratamiento médico. Formulaciones honestas, activos con evidencia científica y productos pensados para acompañar al paciente, no para prometer milagros”, destaca el doctor.

Dentro de sus próximos retos también está la apertura de “nuevos espacios clínicos por el territorio español, mayor especialización, estructuras sólidas que permitan expandirse sin perder identidad. La expansión, para mí, solo tiene sentido si va acompañada de control de calidad, de cultura médica y de una idea clara de qué queremos representar. Vivimos una época de sobreestimulación estética, de imágenes rápidas y resultados exagerados. Frente a eso, creo que la verdadera sofisticación hoy está en lo contrario: en lo sutil, en lo bien pensado, en lo que no necesita explicarse porque simplemente se ve bien”, concluye ❖

Clínica Paule. C/ San Antonio, 51. Santa Cruz de Tenerife.

“EL ‘LIFTING’ PUEDE PREVENIR CAMBIOS PRONUNCIADOS EN LA PIEL”.

o endoscópicas que apenas dejan cicatrices, o las dejan escondidas detrás de las orejas, en el pelo o debajo del mentón. “Puede sonar paradójico, pero realmente unos buenos resultados de rejuvenecimiento no se consiguen solo con medicina estética. Puede ser necesario recolocar tejidos, trabajar la zona del cuello... y eso requiere procedimientos quirúrgicos. Para ser más natural en ciertas ocasiones hay que recurrir a procedimientos más invasivos. La tendencia es creer que menos es más, pero en este caso no es así. Si se quiere rejuvenecer de verdad puede ser necesario un procedimiento como un *lifting*”, explica el doctor.

QUÉ ES EL ‘PONYTAIL FACELIFT’
Volviendo a la tendencia, Gómez Bravo apunta: “Es el llamado *lifting* facial endoscópico, que recientemente esta resurgiendo con el nombre de *ponytail facelift*, término acuñado por el cirujano plástico Chia Chi Kao”. Aunque los nombres de estas técnicas pueden variar, la esencia es similar ya que trabajan al nivel del SMAS (Sistema Músculo-Aponeurótico Superficial) para recolocar los tejidos más profundos. Algunas de ellas sí podrán tratar la flacidez del cuello, de la región frontal y cejas y en el tercio medio. Pero cuando haya mayor descolgamiento o envejecimiento evidente es preferible, tal y como apunta Gómez Bravo, “utilizar técnicas abiertas a nivel preauricular”. La recuperación también variará en función del procedimiento, pero suele estar en torno a una o dos semanas con posibilidad de hacer ejercicio pasado este tiempo. Para el doctor Vicente Paloma, cirujano plástico miembro de Gournay, algunos de los nuevos métodos de estiramiento (con incisiones más cortas que las ejecutadas en las versiones tradicionales) también pueden ayudar a modo preventivo. “La piel envejece mejor cuando tienen una buena estructura. Al tener más retención interna la piel se cuelga menos. Es como tener unos tirantes que aguantan todo más en su sitio”, explica el experto. Algo en lo que también insiste Gómez Bravo: “Este tipo de protocolos se llaman *maintenance facelift* cuando se realizan en pacientes menores de 50 años.



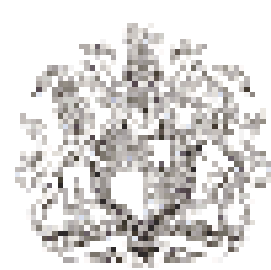
¿Y SI ELIGES UN PROTOCOLO DE MEDICINA ESTÉTICA?

1. Arnika Gel Cream Skin Repair, de MARTIDERM, con vitamina K y bioactivos vegetales para las alteraciones pre y post-intervenciones.
2. Dior Prestige La Micro-Huile de Rose, de DIOR, maximiza la eficacia de un tratamiento dermatológico.
3. Hyaluron Activ Procedure, de AVÈNE, mejora los resultados de ‘peelings’ y tratamientos láser.
4. Strengthening Mist Serum Regenesome Procedure Prep, de ORVEDA, refuerza la resistencia de la piel antes de un tratamiento estético.
5. C E Ferulic, de SKINCEUTICALS, para fortalecer la defensa cutánea.
6. Global-Repair Advanced Eyes & Lips, de FILORGA, para complementar los procedimientos microinvasivos.

Se ha visto que no solo consiguen modificar estructuras faciales que ya empiezan a descolgarse, sino que permiten dar un mayor soporte a las estructuras durante el periodo de empeoramiento acelerado que suele producirse a partir de los 55 años y prevenir cambios pronunciados. Esta tendencia esta adelantándose a edades más tempranas, incluso a partir de los 35”.

DURACIÓN DE RESULTADOS

También es importante distinguir los estiramientos quirúrgicos de otras modalidades. “Hay que diferenciar los procedimientos médicoestéticos no quirúrgicos de los quirúrgicos. El *microlifting* o *minilifting* suele implicar un pequeño estiramiento superficial de la piel que se puede hacer en muy poco tiempo, con anestesia local y de modo ambulatorio. Estas versiones existen desde hace tiempo; se han llamado de muchos modos como *lunch-time lift* porque se pueden hacer en lo que dura una comida y la recuperación es muy rápida (unas 48 horas). Pero no suele dar los resultados en cuanto a efectividad y durabilidad que se obtienen con estiramientos más profundos. Al poner tensión en los tejidos superficiales y no en los profundos puede producir una peor cicatrización y distorsión de la oreja y de la piel. Se puede aceptar un menor resultado al someterse a tratamientos médicoestéticos no quirúrgicos o inyectables, pero cuando un paciente pasa por quirófano debe obtener un resultado efectivo”, apunta el doctor Gómez Bravo. Por todo ello es más importante que nunca informarse para elegir al profesional correcto ya que hablamos de una intervención que no está exenta de riesgos ni de posibles complicaciones. Se recomienda un trabajo de investigación individual para comprobar que el médico tiene la titulación adecuada y recordar, tal y como concluye Gómez Bravo, que “la cirugía plástica y estética es una especialidad que está a caballo entre la ciencia, la medicina y el arte. Muchos pacientes piensan que es suficiente con ponerse en manos de un médico que tenga el título y que cualquier cirujano puede hacer todo tipo de procedimientos. Pero en estos procesos interviene mucho su capacidad artística”.



1. 大規模なシステム
 2. 大規模なシステム
 3. 大規模なシステム
 4. 大規模なシステム
 5. 大規模なシステム
 6. 大規模なシステム
 7. 大規模なシステム
 8. 大規模なシステム
 9. 大規模なシステム
 10. 大規模なシステム

PORCELANOSA Grupo

PORCELANOSA

Inspírate y descubre más en porcelanosa.com
Be inspired and discover more at porcelanosa.com

(DES) APRENDER



Tan importante es mantenerse informado, como SABER cuándo desaprender lo interiorizado. Máxima que aplica también al EJERCICIO FÍSICO, terreno fértil para mitos y bulos. Por LAURA SOLLA.

“El cuerpo se acostumbra a las rutinas”

Mito, con matices. “El cuerpo sí se adapta, pero eso no significa que haya que cambiar la rutina de entrenamiento constantemente. Lo que de verdad es determinante es que exista sobrecarga progresiva: aumentar el peso, sumar repeticiones o series, reducir los tiempos de descanso o perfeccionar la técnica y el control del movimiento. Mientras haya avances en alguno de estos aspectos la rutina seguirá siendo eficaz, aun con los mismos ejercicios”, explica Isidoro de la Cruz, *holistic coach* de Barceló Hotel Group y embajador del programa WeBalance de la cadena hotelera. Pablo Gil, preparador físico especializado en pádel, secunda la moción y señala uno de los errores más habituales en estas lides: “Mucha gente entrena a diario sin una estructura clara, pensando que al cambiar los ejercicios el músculo recibirá un estímulo distinto y se desarrollará más”. Para evitarlo, recomienda entrenar con un cuaderno o diario donde se anote cada sesión. “Así, la semana siguiente podrás revisarlo y tratar de progresar en esos mismos ejercicios. Eso tiene mucho más sentido para el cuerpo que estar cambiando el estímulo constantemente”, asegura. Conclusión: no es cuestión de hacer cosas nuevas todo el tiempo, sino de dejar de entrenar en piloto automático.

“Un hábito se construye en 21 días”

Aquí no hay dudas. “Es uno de los mitos más extendidos”, afirma tajante De la Cruz. El origen de esta creencia se remonta a las observaciones del cirujano Maxwell Maltz en los años sesenta, quien detectó que sus pacientes tardaban alrededor de 21 días en adaptarse a cambios físicos –no a rutinas ni hábitos–. Con el tiempo, esa idea se generalizó erróneamente. “La evidencia científica actual demuestra que no existe un número fijo de días para crear un hábito –subraya–. De hecho, un estudio publicado en *European Journal of Social Psychology* en 2009 situó en 66 días el promedio necesario para que una conducta se automatice”. En este contexto y siempre que exista una repetición sostenida del esfuerzo en el tiempo, fallar un día en la rutina no comprometerá el proceso a largo plazo. Roma no se construyó en un día, ni tampoco en 21. Y aunque ese lapso pueda servir como punto de partida para empezar a cuidarnos, rara vez es suficiente para que el ejercicio se convierta en un hábito automático y sostenible. Ángela Isla, especialista en fuerza y acondicionamiento y CEO del centro de bienestar BYAI, lo resume con claridad: “Un hábito se construye con amor propio y disciplina, incluso en esos días en los que no apetece nada. En este sentido la diferencia no está en la motivación, sino en lo que haces cuando no la tienes”.

“Cuanto más hagas, mejor”

Se trata de un mito peligroso, y es que, citando a Paracelso, *la dosis hace el veneno*. “Entrenar más no siempre equivale a entrenar mejor. De hecho, puede traducirse en fatiga acumulada, lesiones o pérdida de motivación. La calidad del entrenamiento importa mucho más que acumular horas como si fuera una competición”, advierte la CEO de BYAI. De la Cruz, por su parte, recuerda que “el músculo mejora cuando descansas, no mientras entrenas”, e incide en que hacerlo entre tres y cinco días a la semana puede ser lo ideal para la mayoría. No obstante, el cuerpo requiere recuperarse, no necesariamente dejar de moverse: no es malo ejercitarse a diario, siempre que se gestione bien la intensidad y el tipo de estímulo. “Siempre se puede hacer algo. Trabajar la fuerza un día, otro la movilidad, la flexibilidad... Mantenernos activos”, recuerda Pablo Gil.

“Cuanto más sudas, más calorías quemas”

Los expertos coinciden por unanimidad: mito, y de los grandes. La quema de calorías puede depender de la intensidad del ejercicio, el tiempo durante el que se mantiene, la masa corporal o el metabolismo individual. “Por ejemplo, puedes sudar mucho en una sauna y no quemar apenas calorías; en cambio, entrenar en un clima frío puede implicar lo contrario, aunque sudas poco”, explica el *coach* de Barceló Hotel Group. Isla lo resume con humor: “Puedes mojar la camiseta tomándote una margarita en una hamaca al sol en Cancún, pero te aseguro que no cuenta como entrenamiento”. Y es que el sudor no es más que el mecanismo que utiliza el cuerpo para regular su temperatura cuando esta se eleva. Aunque al sudar se pierdan principalmente agua y sales y eso pueda hacer que el peso baje de forma momentánea, se recuperará en cuanto nos hidratemos. Por ello, el sudor en ningún caso es un indicador fiable de gasto calórico.

“El cardio es lo mejor para bajar de peso”

Más que un mito, se trata de una verdad incompleta. El ejercicio cardiovascular quema calorías durante la sesión y es fundamental para la salud del corazón, un factor estrechamente ligado a la longevidad, pero por sí solo no garantiza la pérdida de peso. Como bien recuerda Gil, “bajar de peso dependerá de mantener un déficit calórico, es decir, de gastar más calorías de las que se consumen”. En ese contexto, nutrición, fuerza y cardio no solo no se excluyen, sino que se complementan a la perfección. “Existe la creencia errónea de que, si entrenas fuerza, no deberías hacer cardio porque vas a adelgazar demasiado (y viceversa), y nada más lejos de la realidad: ambas cosas son perfectamente compatibles”, añade. Por su parte, Ángela Isla incide en esa pieza clave que se suele pasar por alto en la ecuación: el músculo. “Si tu objetivo es bajar de peso, pero solo haces cardio y te olvidas de la fuerza, estás dejando fuera una parte clave del proceso. ¡El músculo es metabólicamente activo!”, señala. Esto significa que el tejido muscular consume energía incluso cuando el cuerpo está en reposo, ayudando a aumentar el gasto calórico basal a lo largo del día. “Por eso, la combinación entre fuerza, cardio y una alimentación coherente, completa y equilibrada, suele funcionar mucho mejor que hacer horas infinitas de cinta”.

¿HE PERDIDO EL HILO?

Aprender a gestionar nuestro CAPITAL ATENCIONAL –recurso cada vez más escaso y valioso– no deja de ser una inversión en EFICIENCIA y salud cerebral. Para conseguirlo, tomar medidas es imprescindible. Por LAURA SOLLA.

T

ras una votación pública en la que participaron más de 37.000 personas, la universidad de Oxford nombró *'brain rot'* como su palabra del año 2024. Definida como “el supuesto deterioro del estado mental o intelectual de una persona, especialmente visto como el resultado del consumo excesivo de material considerado trivial o poco desafiante”, su primer uso registrado data de 1854. Ahora, 172 años después y en plena era digital, parece haber cobrado un significado sustancialmente diferente. ¿Tanto contenido vacío ha conseguido alienar nuestros cerebros? ¿El consumo –cada vez mayor y más temprano– de flujos rápidos de información, estímulos breves y recompensas inmediatas no deja espacio para centrar nuestra atención en asuntos más complejos o enriquecedores? “Hablar de *brain rot* y otras denominaciones presumiblemente impactantes no deja de ser una narrativa cultural. El término no nos gusta, máxime teniendo en cuenta que en neurología existen enfermedades que sí degeneran el cerebro de forma (por ahora) irreversible, y hablar a la ligera puede crear confusión”, tranquiliza David Ezpeleta, vicepresidente de la Sociedad Española de Neurología y responsable del Área de Neurotecnología e Inteligencia Artificial, y continúa: “Aunque existen numerosas evidencias que muestran que algo está sucediendo, desde la caída del rendimiento escolar hasta la reducción de la duración de los capítulos de las series enfocadas a la población más joven, muchos de estos trabajos se basan en encuestas y autoinformes, de modo que existen dudas sobre su validez científica”. Así pues, hablamos de una realidad con matices: no hay pruebas de un deterioro neurocognitivo, pero sí de una transformación profunda de los patrones de atención inducida por el entorno digital. En otras palabras: las plataformas compiten por capturar nuestro capital atencional y nosotros por conservarlo. “El capital atencional puede entenderse como la capacidad de dirigir el pensamiento de forma intencional: decidir qué estímulos permitimos que

entren, durante cuánto tiempo mantenemos el foco y con qué facilidad lo recuperamos tras una distracción. La clave está en saber ‘invertirlo’ bien o, siguiendo la lógica bursátil, ‘procurar salir ganando’. Y es que, por tratarse de un bien cada vez más escaso, su valor no deja de aumentar”, argumenta Ezpeleta. Valor que, curiosamente, se revela en el lenguaje; con una atención que se ‘devuelve’ en las lenguas latinas (‘prestar atención’), mientras que, en las anglosajonas, se compra (*‘to pay attention’*).

Una de las afirmaciones más repetidas –y, desde luego, más alarmantes– en este contexto, y que probablemente el lector ya habrá escuchado en más de una ocasión, sostiene que tenemos menos capacidad de atención que un pez de colores. A estos pequeños animales se les atribuyen tradicionalmente nueve segundos de atención sostenida, mientras que, en nuestro caso, la cifra descendería hasta los ocho segundos como supuesto máximo sin interrupciones. Así, para quien haya llegado hasta aquí sin responder un WhatsApp entre medias ni deslizar el dedo por el *feed* de Instagram, enhorabuena: su minuto y medio de concentración ha superado con creces ese límite temporal. Y es que el polémico dato existe, sí, pero procede de un informe de 2015 sin validez científica elaborado por el equipo de Consumer Insights de Microsoft Canadá que concluyó, tras encuestar a 2.000 personas y analizar la actividad cerebral de otras 112 mientras realizaban varias tareas, no tanto que nuestra capacidad de atención se haya “reducido”, sino que se ha vuelto más fragmentada y sensible a los estímulos digitales, especialmente en entornos de alta sobrecarga informativa. “El cerebro se adapta al tipo de estimulación que recibe de forma predominante. Hoy en día estamos expuestos a una densidad de estímulos sin precedentes históricos, muchos de ellos diseñados explícitamente para maximizar su poder de captura, que están reforzando modalidades de atención más fraccionadas, reactivas y orientadas a la novedad, en detrimento de la atención sostenida, profunda y reflexiva”, sostiene Marina Díaz Marsá, presidenta de la Sociedad Española de Psiquiatría. Según refiere la experta, aunque los límites que la neurociencia ha descrito en cuanto a nuestra capacidad de concentración son relativamente estables desde el punto de vista evolutivo, la sociedad digital actual exige un rendimiento atencional que supera con frecuencia esos márgenes: multitarea permanente, interrupciones continuas, hiperconectividad y disponibilidad cognitiva constante son la tónica general en nuestro día a día. “No es que el cerebro esté mal diseñado, es que el entorno ha cambiado más rápido que nuestros sistemas de autorregulación”, arguye Díaz Marsá. Aún así, la batalla no está ni mucho menos perdida: la atención es altamente entrenable en todas las etapas de la vida. Prácticas de *mindfulness* y una reducción sistemática de la multitarea, así como una mejor higiene digital, cuidado del sueño y ejercicio físico regular facilitarán una recuperación gradual. El 5 de marzo se celebra el Día Internacional de la Desconexión Digital, qué mejor momento para pasar de la teoría a la práctica.

‘ESTAMOS EXPUESTOS A UNA DENSIDAD DE ESTÍMULOS SIN PRECEDENTES’.



DOBLE O NADA

La luminosidad de la piel, estrechamente relacionada con la edad cutánea, encabeza la nueva cruzada de CLARINS. Hablamos con ENZO FOURNIER, maquillador de la marca, sobre cómo exprimir esta luz al máximo. Por LAURA SOLLA.

A



partir de los 60 años la piel puede parecer hasta un 40 % menos luminosa, según un estudio tipológico de Clarins realizado sobre más de 100 mujeres. En la misma prueba se compararon también dos grupos coetáneos y los resultados fueron igualmente esclarecedores: uno de los dos parecía visiblemente más joven y, al analizar sus características cutáneas, los investigadores identificaron un parámetro determinante: la piel de este grupo era un 30,4 % más luminosa. El secreto de la juventud dérmica parecía estar en la luz, de ahí que el último lanzamiento de la firma francesa, la base de maquillaje Double Serum Foundation, tuviese como principal objetivo intensificar su difusión y reflexión sobre la

piel. ¿El resultado? La combinación perfecta entre las bondades a medio y largo plazo del cuidado facial y el efecto instantáneo del maquillaje, envasados en un envase doble regulable. Sobre cómo sacarle el máximo partido, Enzo Fournier, Global Make-up Artistry and Training Director de la marca, tiene mucho que aportar. “Para un resultado impecable, modulable y visiblemente reafirmante, nada supera a una aplicación con la brocha Gua-sha Inspired, desarrollada especialmente para este fondo de maquillaje. Quienes busquen una cobertura más intensa pueden optar por la esponja, ideal con movimientos de *tapping*—esto es, pequeños golpes rápidos y suaves, siempre con precaución para no sobrecar-

gar y mantener un acabado natural—. Y, para principiantes o para quienes prefieran un resultado más espontáneo, la aplicación con los dedos sigue siendo una excelente opción, combinando toquecitos con las yemas y ligeros movimientos suaves para fundir la base con la piel”. Y, siempre, aplicar el producto desde el interior hacia el exterior del rostro. “Así se concentrará la cobertura en donde normalmente más se necesita—el centro—, difuminándose hacia los contornos para un resultado más natural. Y, para un efecto *lifting*, que los movimientos sean siempre hacia arriba”. Consejos prácticos que, sumados a la alquimia de una fórmula brillante, prometen sacar a relucir (literalmente) la mejor versión de nuestra piel.



UNA BASE DE MAQUILLAJE HÍBRIDA

Double Serum Foundation, disponible en 37 tonos, es una base en dos fases que aporta luminosidad inmediata gracias a su tecnología A.U.R.A. (Advanced Ultra Radiance Amplifier): luz que mantiene a través de la papaína estabilizada, que actúa como un exfoliante enzimático suave para acelerar la renovación celular. “Su fórmula fusiona tratamiento y maquillaje para conseguir una tez radiante, con una cobertura modulable que hidrata y aporta un aspecto visiblemente más joven”, cuenta Nathalie Issachar, directora global de Investigación y Desarrollo de Clarins.



ELEVAR *LO* IMPERFECTO

La interiorista MARTA DE LA RICA se abre camino en el mundo del diseño con su primera colección de muebles y objetos de decoración, OF MARBLE & METAL. Un sincero (y merecido) homenaje al oficio artesanal. Fotografía SILVIA DE LA ROSA. Estilismo MARTA BAJO. Por GARBIÑE CONTINENTE.

*En la página de apertura,
alguna de las piezas que
componen la colección Of Marble
& Metal de The Lab by Marta de
la Rica. En esta página, Marta
lleva blusa y pantalón, ambos de
ULLA JOHNSON. Junto a
ella, la pieza Crystal Ball Lamp.*



E

El sello de una interiorista queda grabado en cada uno de los proyectos que lleva a cabo. Resulta admirable que un nombre resuene en la escena internacional cuando el grueso de su trabajo se basa en las necesidades y deseos de un cliente y el resultado se refleja en la intimidad de una residencia privada. De ahí que Marta de la Rica (Madrid, 1984) asegure que sus propias casas hayan sido los proyectos que han marcado un hito en su carrera profesional: “Me pasa tanto con la de Madrid como la de Biarritz. Al final es en ellas donde he sido más libre y he podido demostrar quién soy realmente”.

De la construcción de su primera vivienda –que diseñó antes incluso de montar su propia marca y que salió publicada en *AD España*– han pasado más de quince años. En 2014 fundó su estudio homónimo y, desde entonces, ha construido un universo propio que ha conquistado la escena global. Una visibilidad que hoy le ha permitido inaugurar un nuevo capítulo en su trayectoria: el lanzamiento de su primera colección de muebles y objetos de autor.

“El diseño de piezas ha estado siempre presente en nuestros proyectos y en la forma que tenemos de abordarlos. Pero de una manera casual, en función de las necesidades de cada obra. Es una parte que me gusta mucho en todas las escalas, desde la arquitectura hasta el objeto más pequeño”, confiesa la interiorista sobre una faceta que, hasta ahora, siempre había estado precedida por un encargo concreto. “En ese sentido, es algo que siempre hemos trabajado, pero yo tenía ganas de darle su propio sitio; por eso esta colección ha sido una forma de darle nombre y espacio a este lugar de creación en el que, de manera ordenada, van a ir sucediéndose colecciones en torno a un tema y una historia. Porque creo que es muy importante que haya una narrativa detrás, un contexto de 360 grados”, añade.

Así es como nace la colección debut de The Lab by Marta de la Rica, bautizada con el nombre de Of Marble & Metal y compuesta por 14 piezas que po-

nen el material en el centro, al tiempo que reivindican el trabajo artesanal. Lámparas, mesas, sillas y objetos de decoración con los que la interiorista ha querido desafiar convenciones y despertar la curiosidad, a través de un diseño emocional, valiente y arraigado en la manufactura española, que invita a descubrir nuevas formas de mirar lo cotidiano.

El punto de partida de este primer lanzamiento ha sido la colaboración con dos de los artesanos con los que más trabaja el equipo de la interiorista en su día a día. Un punto de vista que ha otorgado a la materia prima, y a esa minuciosa dedicación de quienes la trabajan para ejecutar las piezas, un merecido y absoluto protagonismo. “Queríamos mostrar la artesanía a través de la relación con unas personas que experimentan con los materiales gracias a su profundo conocimiento de la técnica”, explica De la Rica. “La irregularidad propia de las piezas es una sorpresa. Hay que entender lo que realmente es y ser coherente. Para mí la artesanía es la transformación de un material buscando la belleza”, añade con entusiasmo.

El resultado es una serie de diseños completamente libres de cualquier limitación estética, estrechamente ligados al trabajo manual y que ponen en primer plano, precisamente, el saber hacer humano que interviene en el proceso de construir un hogar. Entre ellos encontramos toda suerte de muebles funcionales, como una silla con respaldo de luna, estructura de aluminio pulido y tapizado personalizable, o el trío de mesas en bronce y piedra proyectadas en diferentes alturas. Conviven con ellas lámparas de carácter escultórico como la Crystal Ball, creada a partir de esferas antiguas de opalina que la propia Marta de la Rica encontró en un viaje a Países Bajos. Y la que posiblemente es la estrella de la corona, la mesa Lazy Susan –que también tiene su versión en objeto decorativo–, tallada íntegramente en piedra y que incorpora un monolito escultórico y silencioso que invita a extender la

“La irregularidad propia de las piezas es UNA SORPRESA. Hay que entender lo que realmente es y SER COHERENTE. Para mí la artesanía es la transformación de un material buscando la BELLEZA”.



En esta página, de izda. a dcha. y de arriba abajo, las velas artesanales de cera de abeja sobre candelabros de bronce y piedra; la pieza Lazy Susan; la estructura de mesa Loyal Bronze Dog; y el aplique de pared The Hand-Torch.



“Me gustaría vincularme más al MUNDO DEL ARTE, explorar el diseño a todos los niveles, seguir trabajando en el terreno editorial... Todo ello, por supuesto, sin abandonar el INTERIORISMO”.





mano, girar y compartir. “Esta pieza es algo que yo tenía en mi memoria porque se usaba en casa de mis primos y nunca había encontrado una que me gustase. Nos mudamos hace tres años a esta vivienda y no habíamos tenido mesa de comedor hasta ahora. Y me encanta. Celebré mi cumpleaños, pedimos a un restaurante japonés y fue muy divertido comer alrededor de ella. Porque el hecho de que gire es práctico y tiene su punto”, confiesa.

De esta nueva etapa que se abre paso en el universo de Marta de la Rica, lo más enriquecedor ha sido, sin duda, poder dar rienda suelta a la creatividad sin limitaciones ni condicionantes externos. “La libertad de no depender de un encargo y poder trabajar, tanto con mi equipo como con los artesanos, de manera orgánica ha sido una experiencia increíble. Al fin y al cabo, aquí soy mi propio cliente y estoy creando piezas que responden a mis necesidades. Es un proceso muy puro. Y poder compartir con el mundo algo tan personal me hace mucha ilusión”, confiesa la diseñadora.

Su horizonte está plagado de sueños y proyectos que pretende alcanzar en los próximos años. Algunos relacionados con consolidar su negocio más allá de nuestras fronteras; otros, con abrir nuevos caminos que vayan más allá del interiorismo: “Quiero posicionarme como un estudio creativo, porque creo que engloba mucho más. Me gustaría vincularme más al mundo del arte, explorar el diseño a todos los niveles, seguir trabajando en el terreno editorial... Todo ello, por supuesto, sin abandonar el interiorismo”. Un futuro que se presume ambicioso y prometedor, en el que hacer “menos y mejores proyectos”, sentencia.



En la página anterior, Marta lleva abrigo y zapatos, todo de SPORTMAX. En esta página, arriba a la izquierda, lámparas Crystal Ball y Brutalist; y, a la derecha, muestras de mármoles y piedras. Abajo, la silla Lune.



Algunas de las creaciones de MIGA STUDIO.

La GUINDA del PASTEL

De trabajar en la industria de la moda a entregarse por completo a la PASTELERÍA. Lucía Gómez Jurado ha depositado en MIGA STUDIO los anhelos de su infancia, su pasión repostera e infinitas referencias estéticas. Por GARBINE CONTINENTE.

M

La pasión por la repostería ha estado presente desde que era muy pequeña. Siempre me encantó cocinar y, en cuanto podía, ayudaba en la cocina. En casa se preparaban muchos platos caseros; mi madre solía hacernos bizcochos y, para nuestros cumpleaños, nos juntábamos para elaborar la clásica tarta de la abuela. Esa fue la primera receta dulce que recuerdo haber hecho, y se convirtió en la ilusión de cada año”, cuenta Lucía Gómez Jurado (Madrid, 1999) sobre su primera toma de contacto con el que, años después, se convertiría en el objeto de su proyecto profesional.

SUMMER SCHOOL

¿Tienes un (buen) plan para este verano?

Vogue Fashion Summer Camp
Cuatro Semanas en Vogue
Cursos cortos de verano



VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com
infoadmisiones@voguecollege.com

Su *affaire* con los fogones siempre fue algo ajeno a lo laboral. Lucía proyectó su carrera hacia la industria de la moda; trabajó para firmas como Acne Studios o Hugo Boss y se desarrolló como estilista en Londres. Durante ese tiempo, lo de hornear lo utilizaba como algo casi terapéutico, cuyo único fin era satisfacer los paladares de sus amigos más cercanos. “Cocinar se convirtió en mi forma de desconectar del mundo, en una especie de terapia personal. Cuando estoy en ello, mi mente se centra por completo en el postre que estoy preparando; es como si todo lo demás desapareciera por un momento”, confiesa.

La flexibilidad que le otorgaba su trabajo como estilista le permitió emprender el proyecto y compatibilizarlo con la moda. Abrió un perfil en Instagram, diseñó el logo y la página web y comenzó a fotografiar sus productos para así poder promocionarlos en las redes sociales. Y, aunque los autores de los primeros pedidos seguían siendo amigos y familiares, no tardó en empezar a recibir peticiones de clientes ajenos a su círculo cercano: “Comencé a darme cuenta de que había un público que conectaba con mi trabajo: cada vez más personas desconocidas me hacían encargos, y también se interesaban marcas e *influencers*. Esa validación me hizo ver que había una oportunidad real

“El estilo de MIGA STUDIO busca ofrecer algo diferente, un concepto que todavía no se ve mucho en España. Es un proyecto pequeño, casero y COMPLETAMENTE ARTESANAL, donde cada creación está pensada al detalle”

Lucía lleva blusa de SKALL; vaqueros de SESSÜN; y pendientes de ARISTOCRAZY.

para convertir mi pasión en un negocio”. Y, aunque reconoce que tomó la decisión con vértigo, la posibilidad de construir algo propio y reflejar en sus elaboraciones su forma de entender la creación gastronómica y la estética, la motivaron a lanzarse a un mercado, hasta entonces, sin explorar.

Así, Lucía ha construido un estudio creativo donde la repostería se mezcla con el diseño. No se trata solo de hacer tartas y postres, sino de crear experiencias únicas que combinan sabor y estética a partes iguales.

“Diría que el estilo de Miga Studio busca ofrecer algo diferente, un concepto que todavía no se ve mucho en España. Es un proyecto pequeño, casero y completamente artesanal, donde cada creación está pensada al detalle. No me interesa producir en masa, sino ofrecer algo especial, de calidad y personalizado, aunque eso signifique que haya que esperar un poco más”, confiesa con orgullo.

Su casa, ubicada en plena sierra de Madrid, se ha convertido en la mejor sede posible del negocio. El contacto directo con la naturaleza le permite conectar con ese ritmo más pausado e incorporarlo en el trabajo diario: “Quiero que cada postre transmita ese enfoque y, de alguna manera, hacer que quien lo reciba también lo perciba. Además, estoy aprovechando al máximo los recursos que tengo disponibles: estoy plantando flores para usarlas en mis tartas, con la idea incluso de montar un invernadero. Tenemos un huerto con plantas aromáticas como menta, y frutales como un grosellero, un manzano, un nectarino y un limonero”.

A ese deseo de construir un proyecto que ponga la creación consciente y un sistema de producción sostenible en el centro se suman otros objetivos relacionados con el crecimiento del negocio o el carácter más estético y conceptual: de tener un obrador propio a trabajar con grandes marcas, especialmente, aquellas pertenecientes a la industria de la moda. “Mi meta es construir una comunidad que no solo sepa admirar una tarta bonita, sino que entienda todo lo que hay detrás: el proceso, el tiempo invertido, el cuidado y la dedicación que conlleva cada creación”, concede.



MÁSTERES

Da el siguiente paso en tu carrera con Vogue College of Fashion

Máster en Comunicación
de Moda y Belleza

Máster en Dirección de Empresas
de Moda y Belleza

Máster en Imagen de Moda:
Estilismo y Dirección Creativa

Máster en Diseño de Moda y
Creación de Marca y Negocio

Máster en International
Luxury Business



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

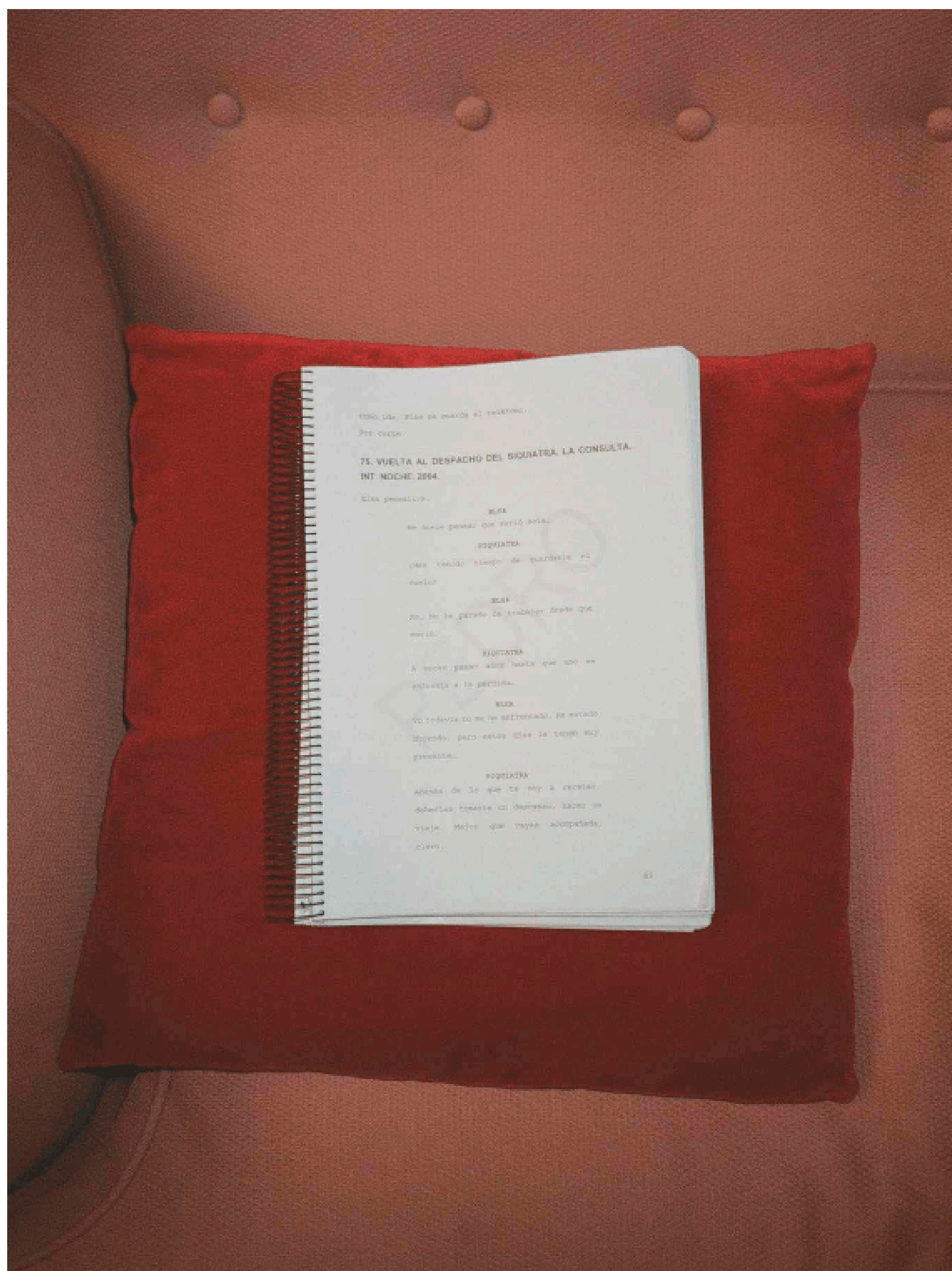


VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com

infoadmisiones@voguecollege.com

EL ENSAYO



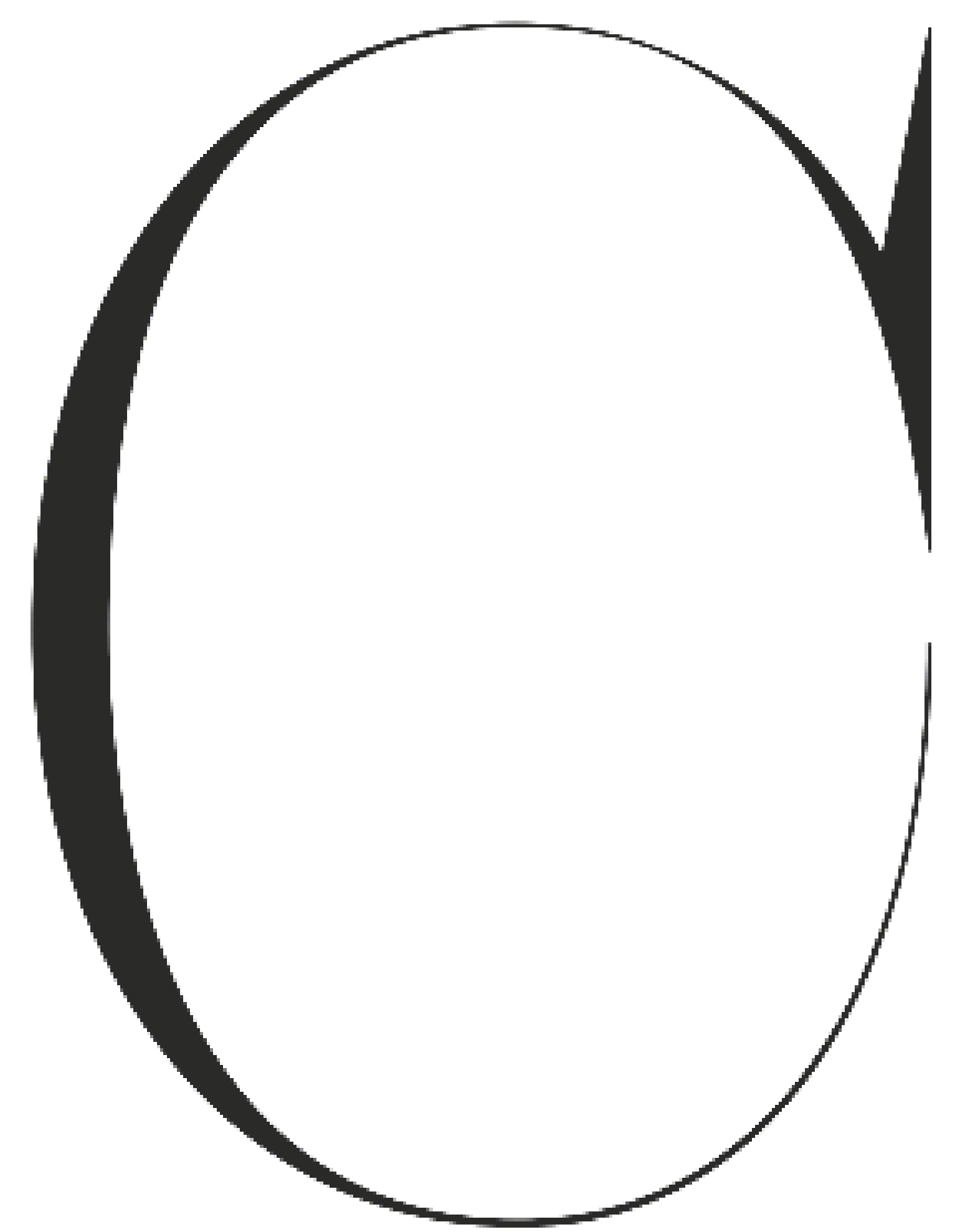
En 'Amarga Navidad', su nueva película, y en esta sesión para la historia de 'Vogue', PEDRO ALMODÓVAR se reúne con BÁRBARA LENNIE, AITANA SÁNCHEZ-GIJÓN, VICTORIA LUENGO y MILENA SMIT para explorar los límites de la autoficción. Fotografía SEBASTIÁN FAENA. Estilismo ALICIA PADRÓN. Por ALBERTO SISÍ.



De izda. a dcha., Bárbara Lennie, Victoria Luengo, Milena Smit, Pedro Almodóvar y Aitana Sánchez-Gijón, todos con 'total looks' de LOEWE.



En esta doble página y en la siguiente, de
izda. a dcha., Victoria Luengo con vestido
de COPERNI. Aitana lleva vestido y
pantalones, ambos de BALENCIAGA;
y anillo de BVLGARI. Pedro, con su propia
ropa. Milena luce bodi de GIVENCHY
BY SARAH BURTON; cinturón
de BALENCIAGA; y diadema de
CAROLINA HERRERA NEW YORK.
Y Bárbara, con chaqueta de COURRÈGES;
y gafas de SAINT LAURENT BY
ANTHONY VACCARELLO.



conseguir cuadrar las agendas de cuatro actrices como Bárbara Lennie (Madrid, 1984), Aitana Sánchez-Gijón (Roma, 1968), Victoria Luengo (Palma de Mallorca, 1990) y Milena Smit (Elche, Alicante, 1996) para un día entero de sesión fotográfica como la que acompaña estas líneas podría convertirse en una misión imposible para cualquier equipo de producción, pero todo cambia si a ellas se une Pedro Almodóvar (Calzada de Calatrava, Ciudad Real, 1949) y el motivo de la reunión no es otro que arrancar la intensa promoción de *Amarga Navidad*, el largometraje número 25 del director que se podrá ver en cines a partir del próximo 20 de marzo.

Una jornada frenética que marcaba el reencuentro de gran parte de un equipo que rodó durante los meses de verano de 2025 entre Madrid y Lanzarote esta personalísima historia del realizador. Trabajan las cuatro actrices junto a Leonardo Sbaraglia, Quim Gutiérrez y Patrick Criado –y a un buen puñado de cameos y apariciones sorpresa marca de la casa– para interpretar un guion original firmado por el cineasta que supone su vuelta al melodrama en clave nacional. “Lo tenía. Durante las esperas de Tilda y Julianne estuve escribiendo y cuando empezamos a rodar *La habitación de al lado* esta ya estaba terminada. Y quería hacerla”, reconoce Pedro Almodóvar en su despacho semanas después de la sesión. El director estrenaba a finales de 2024 *La habitación de al lado*, protagonizada por Tilda Swinton y Julianne Moore, una película que le valió el León de Oro del Festival de Venecia de aquel año. “Terminé la promoción de aquella y a la semana siguiente empezamos a preparar esta”, recuerda.

Una historia, la que aquí se cuenta, que gira en torno a Elsa, una directora de culto –ese culto dará juego– que se encuentra atrapada en una vida que no le satisface del

“Debo tener verdadero terror a que un día, de pronto, me vea sin saber qué película hacer”, dice Pedro Almodóvar.

todo al tiempo que, durante un puente de diciembre en Madrid, sufre una crisis de migrañas y ansiedad; pero también gira en torno a Raúl, un director de cine aterrizado con la hoja en blanco que escribe la historia de Elsa. Igualmente se narra la vida de Patricia, la amiga de Elsa a la que interpreta Victoria Luengo; la de Mónica, la ayudante de Raúl encarnada por Aitana Sánchez-Gijón; o la de Natalia, la íntima amiga de Mónica y el papel de Milena Smit. Sin olvidar a Santi, la pareja de Raúl y el personaje de Quim Gutiérrez, o a Bo, el novio estríper de Elsa a quien presta su rostro Patrick Criado. Un rompecabezas de personajes y vivencias cuyas piezas terminan encajando a la perfección.

Esa directora es una versión en femenino de Raúl. Y ambos, inevitablemente, recuerdan al propio Pedro Almodóvar, sobre todo él, con el pelo cano y vistosos polos y camisas. “Si me ves a mí, me ves a mí. Yo siempre me separo de mí mismo y no me veo, veo a un personaje”, concede. Es el propio Leonardo el que sí reconoce esa semblanza. “Si bien el personaje no se llama como él, tiene otra edad, está en otro momento y funciona como un *alter ego*, inevitablemente uno no tiene otra que pensar en Pedro Almodóvar, transmitir, entender y meterse en su alma. Llegar incluso a lo que él ni siquiera sabe que quiere expresar”, admite a través de llamada telefónica desde Buenos Aires. “Él me dijo que quería hacer autoficción, como si fueran mamushkas, una dentro de otra. Es él dentro del personaje, el personaje dentro de mí. Se forma una especie de juego de espejos infinito entre deseos, expectativas y realidad. Me parece precioso”, apunta.

Efectivamente, en el corazón del filme está la relación del creador con la autoficción –“Emmanuel Carrère y Annie Ernaux me encantan”, reconoce el director–; algo que ya exploraba en *La ley del deseo*, en 1987, a través de la reprimenda de Tina, el personaje de Carmen Maura, a su hermano Pablo, el director al que interpretaba Eusebio Poncela, por escribir sobre ella. Ahí reflexionaba sobre el hecho de basar un guion en lo cercano y las dificultades que

se presentan al tomar prestado de historias ajenas para construir la propia. Un tema que ha tratado con mayor o menor profundidad en un buen puñado de títulos. “*Amarga Navidad* es una película, entre comillas, confesional *ma non troppo*. Es decir, menos de lo que parece en realidad, al igual que *Dolor y gloria*. Pero evidentemente esto gira alrededor de un director que además dirige sus guiones y palpita en ellos, y eso es algo que me define. La referencia para ese director soy yo. La referencia o, como dicen los americanos, la musa. En este caso la musa soy yo mismo”, admite. “Eso no significa que esté contando mi vida, pero sí que mientras estoy escribiendo no necesito documentarme porque está dentro de mí esa información del personaje. En *Dolor y gloria* no hablaba de la gloria, pero sí del dolor y la incapacitación que genera para una persona. También de lo terrible que es la parálisis como director. En esta película también se habla de ello, lo cual significa que yo debo tener verdadero terror a que un día, de pronto, me vea sin saber qué película hacer”, apunta. “Toda mi biografía está en las 24 películas que he hecho. Hay algunas en las que hay un director y entonces es más fácil todavía darse cuenta”.

Al igual que gran parte de sus compañeros en el reparto a excepción de Quim Gutiérrez y Patrick Criado, que se estrenan aquí a las órdenes de Almodóvar, Bárbara Lennie repite en una película del director. Una segunda vez “mucho mejor que la primera”, en palabras de la actriz, quien tuvo un papel muy pequeñito hace quince años en *La piel que habito*. “Ha pasado mucho tiempo desde aquella, que fueron dos días de rodaje. Iba a escuchar a Elena [Anaya] decirme ‘hola, soy Vicente’, que era una *miticada* de momento muy fuerte”, cuenta. “Este ha sido el encuentro con un cineasta al que admiras tanto desde un lugar muy diferente y muy privilegiado. Supuso estar mucho tiempo a su lado y con la fortuna de que él escribió este personaje y pensó en mí. Eso ya de entrada me hizo pensar ‘qué responsabilidad y qué suerte tengo’. Me he encontrado muy a gusto, me he reído muchísimo y he hecho un trabajo muy fuerte

para mantener la calma. Creo que eso último es lo más importante cuando te encuentras con un reto a este nivel. Hay que estar tranquila para poder disfrutar y yo no quería no disfrutar”, reconoce la actriz. “Hay muchos relatos de muchos rodajes de Pedro. Actores y actrices que me han contado bastantes cosas y de los que he oído leyendas. Así que, claro, te da un poco de miedo, pero he podido crear el mío propio con él y eso está buenísimo”, admite.

Ese relato se construye por una mujer asentada como una de las imprescindibles del cine español y el director más importante de las últimas décadas de nuestra cinematografía. Bárbara Lennie llegó a *Amarga Navidad* serena y consciente de lo que quería hacer. “Soy alguien completamente diferente. No tenía ni 30 años en *La piel que habito*, estaba empezando a entender algo. Ha pasado mucha vida, mucha ficción, muchas personas y hasta mi maternidad. Siento que estoy a años luz de aquella persona y a la vez lo recuerdo muy vívidamente. Me acuerdo de la calle donde rodamos, el lugar donde descansé, lo que hablé con Susi [Sánchez] o las risas con Agustín Almodóvar. Yo tengo muy presente esa cosa del tiempo, que es una marciánada y a la vez está aquí al lado, pero lejísimos. Así me siento: muy cerca y muy lejos de esa persona que fui”, rememora.

El nuevo largometraje de Pedro Almodóvar tiene mucho de teatral. La ficción dentro de la ficción es puro cine del director, salpimentada con toques de humor, pero un melodrama con su sello; la historia en la que se escribe esa otra, la que funciona más pegada a la realidad de Almodóvar, es absoluto teatro: de los guiones hasta, prácticamente, la puesta en escena en contadas localizaciones. Y en el teatro fue, precisamente, donde se encontraron Lennie y él. “Pedro me cogió saliendo de una representación y me dijo que me mandaba un guion. A mí me empezó a latir el corazón más fuerte. ‘No te lo mando ahora porque estoy con las americanas terminando y quiero mandártelo bien’, me comentó”, recuerda la actriz todavía emocionada. “En el pasillo del teatro”, puntualiza Almodóvar. “Mien-





*En esta página, Milena,
con polo de PRADA;
y Bárbara. En la página
siguiente, Milena, con
chaqueta y falda,
ambas de LOEWE.*





En esta doble página,
Aitana luce vestido de
ISSEY MIYAKE.
Bárbara, 'total look' de
LOUIS VUITTON.
Victoria, con vestido de
LOUIS VUITTON;
y zapatos de ABRA.
Y Milena, con vestido
de VALENTINO.





“Hay muchos relatos de muchos rodajes de Pedro [...] Así que, claro, te da un poco de miedo, pero he podido crear el mío propio con él y eso está buenísimo”, cuenta Bárbara Lennie.

tras estoy aquí [en su despacho en El Deseo, donde tiene lugar la entrevista] escribiendo no acabo de ponerle cara, pero en este caso, antes de terminar, sabía que el personaje de Elsa quería que fuera Bárbara. Hay veces que lo sé y otras no. También en esta ocasión tenía claro que quería a Victoria para Patricia”, comparte.

Fue en *La habitación de al lado* cuando trabajaron juntos por primera vez Victoria Luengo y el realizador. Aquel fue un brevísimo encuentro que se tradujo en una única escena que funcionaba a modo de *flashback*. “Me ofreció al personaje cuando acabé de rodar la primera. No me lo acabé de creer, pero al cabo de un año me hizo la llamada definitiva y me di cuenta de que iba en serio”, comparte. “Es un director al que por toda la admiración que se le tiene le quieres gustar, así que también ha sido un reencuentro exigente e ilusionante. Me ha recibido con los brazos abiertos, me trata muy bien y creo que estoy en el proceso de entender cómo funciona. Es un artista, aparte de un director, que tiene una manera de trabajar que yo no he visto en nadie más”, concede. “Hacen falta más de diez llamadas de Pedro para que te acostumbres a ellas, es ese tipo de director”.

El flechazo entre Almodóvar y la mallorquina tuvo lugar, de nuevo, en una obra de teatro que marcó la temporada en 2023; estrenaron aquella *La habitación de al lado* en 2024 y se han reencontrado en *Amarga Navidad* un año después. “Él vino a ver *Prima Facie*, me esperó fuera y me dijo que le había gustado mucho. A la semana me llamó para un *casting* para *La habitación*. En todo momento se me avisó de que era una colaboración, creo que rodé dos días. Ya es difícil rodar dos días en una película cualquiera por el hecho de coger el tono y demás, pero imagínate dos días en un largometraje de Pedro Almodóvar en inglés. Creo que fue más difícil esa secuencia que el monólogo de *Prima Facie* que hice, fíjate lo que te digo”, admite entre risas. “En aquella película se dieron muchas primeras veces

que yo no voy a olvidar. Recuerdo que hice una prueba en la que no estaba y luego, en *El Deseo*, la hice ya junto a él con quien sería mi marido. Recuerdo entrar al despacho con todo ese universo detrás de su silla y decir ‘estoy aquí, lo he conseguido’. Es muy emocionante. La segunda pensé ‘estoy aquí otra vez’”, reconoce de nuevo a carcajadas.

“Me gustó mucho en *Antidisturbios*, pero también me sobrecogió en su monólogo. Cuando la vi se lo dije. Fui con Lola [García, su ayudante], que la conocía, nos encontramos al final y le dije: ‘Me encantaría trabajar contigo’. Parece una frase que se dice todo el rato, pero no”, cuenta el director. “Si te lo digo es porque quiero trabajar contigo. Ya en *La habitación de al lado* me di cuenta de que no solo es muy buena actriz, sino que es muy buena actriz para mí. Hay actores que te van más y no tiene que ver solo con la calidad. Rodando es de una inmediatez asombrosa”.

Se da una carga emocional extrema en todos los personajes, pero sobre todo en el de Milena Smit, esa Natalia que llega prácticamente al final de un viaje sanador para la protagonista de la ficción dentro de la ficción a Lanzarote. También estaba rota Ana, aquella mujer a la que interpretó en *Madres paralelas*, la película de Almodóvar que rodó durante la pandemia y gracias a la que consiguió una segunda nominación a los Goya, como Mejor actriz de reparto. “Para mí ha sido muy especial este reencuentro”, cuenta la ilicitana. “Este año cumpla 30 y allí tenía 23 o 24. Veo mucha inocencia, *Madres* era mi segunda película y aquí me siento en tierra firme. Personal y profesionalmente estoy más madura, tengo herramientas, tablas y un recorrido. He tenido la suerte de no dejar de trabajar, de estar en proyectos en los que he aprendido un montón y él me ha dirigido de un modo diferente. En *Madres* sentía una cautela que se da en la dirección hacia una niña; aquí me he sentido muy mujer”, reflexiona.

“Ella me dice que yo he cambiado para mejor, que dirijo mucho mejor que en *Ma-*

dres paralelas”, cuenta Almodóvar divertido. “Creo que significa que lo he hecho de otro modo. Primero porque es amiga y desde la primera nos hemos visto mucho, hemos comido e ido al teatro. Sé muy bien cómo es como persona y como actriz. Eso ha hecho que mi dirección sea certera, abundante y adecuada”, apunta. “La encuentro distinta. Aunque escribiera pensando en ella, en *Madres* era muy jovencita y ahora no tanto. Me he dado cuenta rodándolo. Ha crecido como mujer y como actriz. Se nota en la película”, reconoce.

Y justo antes de una traca final que quedará para la historia dentro de la filmografía de Pedro Almodóvar, toma cuerpo esa Mónica a la que interpreta Sánchez-Gijón y de la que se dan pinceladas durante todo el metraje anterior. Un personaje clave que pone al director frente a sus errores y que se atreve a decir lo que todos callan. “El final está escrito casi como si fuera teatro”, explica la actriz aludiendo a esa disciplina que salpica todas las entrevistas con el equipo que estas líneas reflejan. “En él, Pedro cuenta lo que quiere sobre la película, lo hace a través de esa escena. Y se añade el riesgo de que es en los últimos minutos. Asumes la responsabilidad de cerrar la historia cuando el espectador ya lleva una travesía por sus distintas propuestas, tú eres quien le tiene que dar un sentido a todo eso. Tiene una carga emocional profunda, pero al mismo tiempo estás en una discusión dialéctica en la que se está hablando de conceptos como esos límites de los creadores, el derecho que tienen o no a beber de las fuentes de sus personas cercanas. Hasta qué punto vampirizan y con qué derecho”, continúa con profundidad. “Se expone de una manera muy clara, se dice a sí mismo todas esas cosas a través de mi personaje. Por lo tanto, yo tenía esa responsabilidad de ser su Pepito Grillo. Pedro tenía vértigo, estaba preocupado por que eso funcionara, que saliera bien. Ahí se jugaba el sentido de la película”.



*Pedro Almodóvar,
con su propia ropa.*



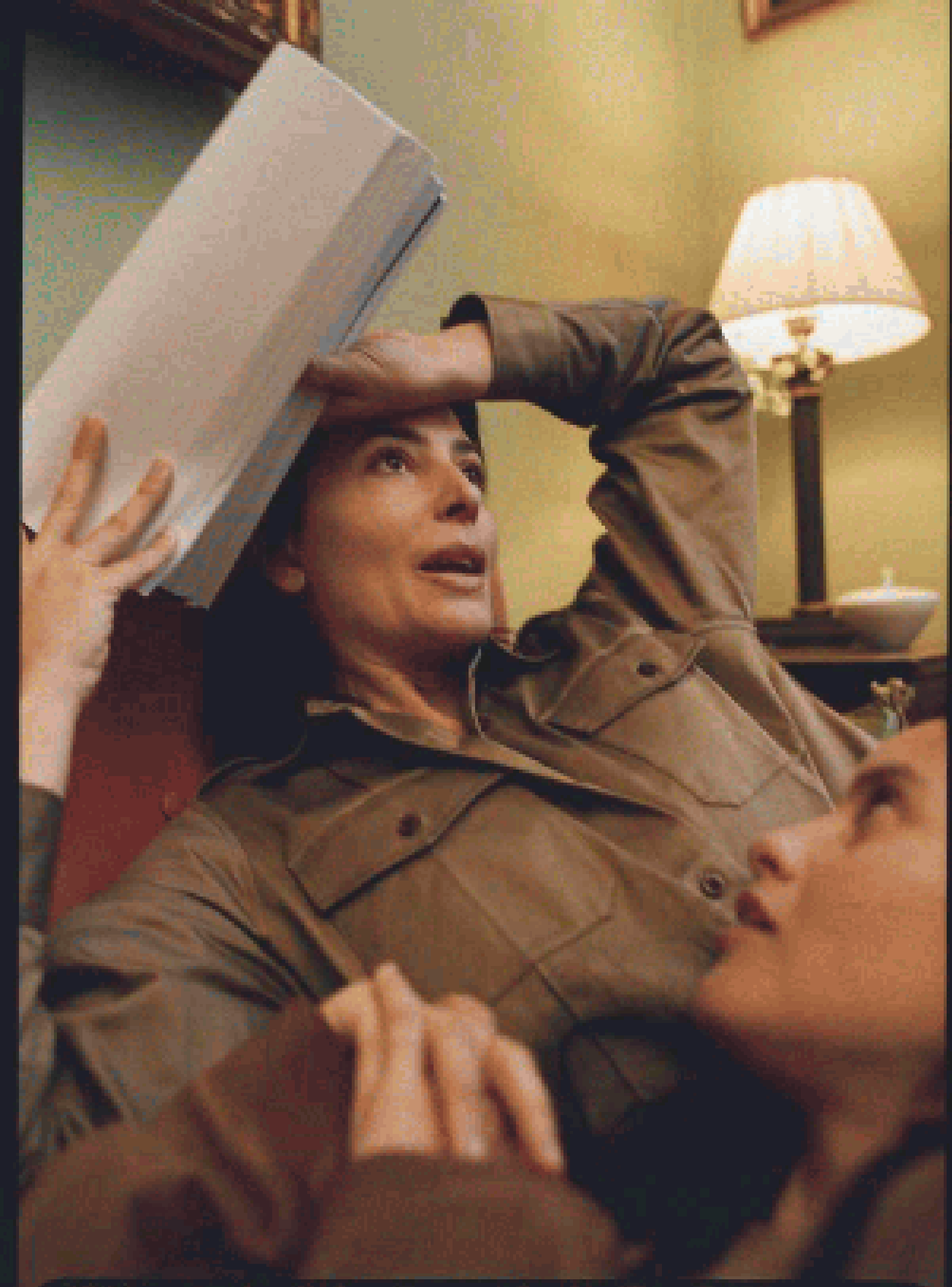
*En esta doble página,
Victoria luce vestido
de SCHIAPARELLI;
sandalias de ABRA,
pendientes y anillos
de CARTIER; y su
propia gabardina.*





*En esta doble página,
Aitana y Victoria, ambas con
vestidos de CAROLINA
HERRERA X SYBILLA.*







En esta doble página, Milena y Bárbara, ambas con 'total looks' de PRADA. Milena lleva calcetines de la estilista.

“Nunca imaginé que trabajaría con Pedro Almodóvar. Pensaba que no era una actriz que le pudiera interesar”, dice Aitana Sánchez Gijón.

La actriz vuelve a ponerse a las órdenes de Almodóvar tras aquella primera vez en *Madres paralelas* como Teresa, una madre ausente, actriz y apolítica. Consiguió con aquel rol una nominación a los Goya de 2022 como Mejor actriz de reparto. “Nunca imaginé que trabajaría con Pedro Almodóvar”, reconoce con total honestidad. “Sinceramente pensaba que no era una actriz que le pudiera interesar. Fantaseaba con la ilusión de poder formar parte de su mundo algún día, pero tuve la suerte de que me vino a ver a *Medea*, al teatro, y creo que a partir de ahí se abrió una ventanita para descubrir algo en mí que le gustaba”, recuerda. “Cuando escribió el personaje de *Madres paralelas*, que es esa actriz de teatro tan arriba, le cuadré, afortunadamente para mí. Llegar ahí con tanta trayectoria y muchas cosas vividas me pilló en un buen lugar. Uno de respeto y admiración, eso es indudable, pero sin temor y sin algo que te paraliza. Pedro no me da miedo, no me provoca una vulnerabilidad mayor que la que ya tengo. Hay algo que me hace estar cómoda y bien. Me alimento de su fuego y lo intento reflejar con absoluta eficacia y precisión”.

Escenifican Aitana Sánchez-Gijón y Leonardo Sbaraglia, a través de su relación, los límites de esa autoficción que Pedro Almodóvar ha querido explorar. Pareciera que el director se atreve, también, a enfrentar muchas de las críticas recibidas en los últimos años. “Es una película que no quiero calificar como rotunda porque suena agresivo, pero es lo que quería hacer. Probablemente no sea lo que el mercado necesite, quizá no es lo que los fans esperan, pero aquí estoy yo y es lo que quiero hacer ahora. El virtual golpe en la mesa está, sí”, admite el director sobre el filme. “Escribo el guion y se lo doy a mi hermano [Agustín Almodóvar, productor], a Esther [García, productora], a Lola o a Bárbara [Peiró, productora] y lo leen todos. Estaban todos de acuerdo, pero notaba, más allá de cómo te hablan tus colaboradores, que no es una historia fácil de convivir y para mí por supuesto de rodar. Tengo que hacerlo bien. No es una película sencilla y yo quería hacerla ya para ahora poder rodar otra. Será

muy distinta, con otro tono, pero en este momento quería esta”, detalla.

El combo que han conformado las cuatro actrices con el director trasciende el set de rodaje y el cariño se puede apreciar cuando están juntos. “Esta es una película distinta dentro de mi filmografía. No totalmente distinta, pero distinta. El cuarteto que componen las cuatro mujeres es muy original con respecto, por ejemplo, al de *Mujeres o Todo sobre mi madre*. Son cuatro personajes a los que se enfrenta Elsa de contrincante. Y va cambiando ella también. Me gusta que forman un grupo muy variado, como si tuviera una compañía estable y ellas fueran las actrices con las que trabajo mucho. Generalmente disfruto mucho de los actores, con excepciones muy pequeñas, porque son con los que más trabajo”, admite, de nuevo, haciendo otra referencia al teatro en el que es complicado no pensar al ver *Amarga Navidad*.

Esa compañía comparte mesa, planes y llamadas. También un grupo de WhatsApp. “Lo creé yo, *Las amargas*”, confiesa Aitana Sánchez-Gijón. “Al final, con Milena fui su madre en *Madres paralelas*, con Victoria y Bárbara me llevo muy bien y ya las conocía. Hay un vínculo y una complicidad”, explica. “Nos llevamos muy bien”, concede Bárbara Lennie. Cualquiera diría que más allá de lo laboral, aquí hay un verdadero grupo de amigas.

“Hubo un momento en mi vida, dos años después de *Madres*, en el que tenía mucho contacto con Pedro y yo me preguntaba: ‘¿Este hombre no tendrá mejor cosa que hacer que quedar conmigo?’”, reconoce tímida Milena Smit. “Es muy bonito trabajar con él, pero más aún tener una relación personal. Cada vez que le veo sé que me voy a ir con anécdotas, me voy a reír y me resulta muy interesante. A día de hoy, cuando estoy con él, me gusta sentirme tan relajada como lo hago. No tengo necesidad de caer bien o mal, aparentar o cuidar lo que estoy diciendo”, cavila. Es Luengo la que profundiza en un vínculo similar. “Le tengo muchísimo cariño, un aprecio tremendo. Me encanta hablar y compartir momentos. Mañana por ejemplo voy a comer con él. Es algo que me hace sentir

afortunada y me parece que es bonito. Cuando estoy con él veo a Pedro Almodóvar, pero ya no solo”, comparte. “Una de las cosas bonitas de rodar en Lanzarote es que hemos podido ir a un concierto de Estopa juntos o ir a comer una paella. Inevitablemente todo eso te acerca en la relación”.

“Nos llevamos muy bien y quedamos para ir al teatro. Hay una relación muy buena. No soy íntima amiga, pero soy una actriz que tiene una relación fantástica con él, lo que da para vernos fuera del rodaje y de la promoción. No osaría considerarme íntima amiga”, se muestra prudente Sánchez-Gijón, quien ha compartido instantáneas aquí y allí de todas juntas con el director en diferentes momentos relajados de ocio fuera de los platós. “Soy una persona que no tiene muchísimos amigos cercanos, pero él sí es amigo y vamos el viernes a ver a [la compañía de danza] La Veronal. Charlamos de un montón de cosas, nos llevamos bien y nos reímos mucho. Me he encontrado con una persona que me hace reír muchísimo”, explica Bárbara Lennie.

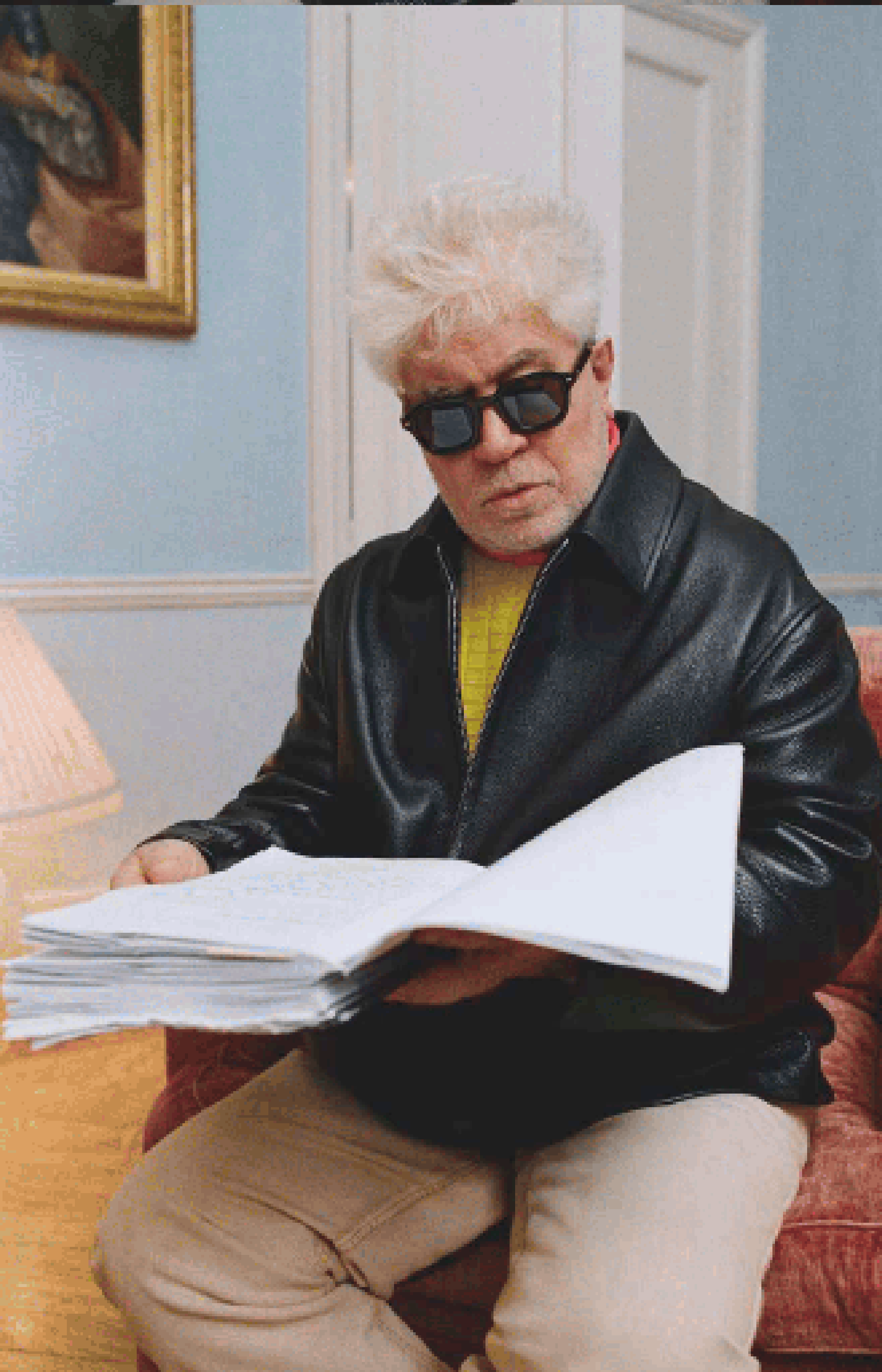
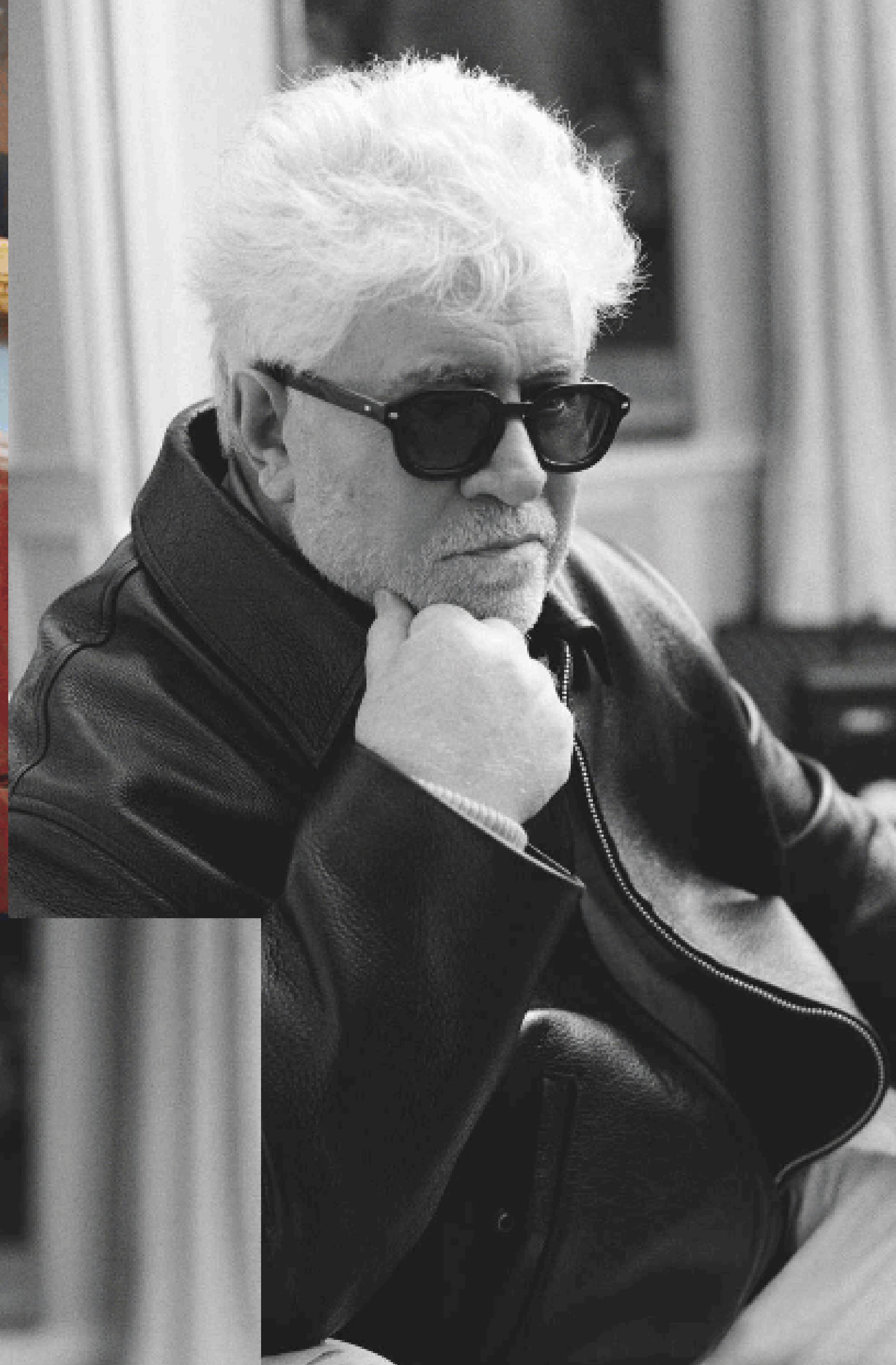
Pasará menos de año y medio entre los estrenos de *La habitación de al lado* y *Amarga Navidad*. “Desde la pandemia me entró una prisa y he rodado mucho más. Casi lo que hice en la década anterior. Se parece más a una histeria que la de Tilda”, comenta haciendo referencia a esa Tilda Swinton desesperada que se pudo ver en el cortometraje *La voz humana*. Existen, en un cajón, un libro y un nuevo libreto. “La novela la he terminado. En Lanzarote pasa una cosa y es que el tiempo es flexible. Allí casi todo era de noche, me encontraba todos los días con dos o tres horas libres antes de ir al rodaje así que empecé a escribir una novela. Cuando llegaba a casa, febril, seguía y aquí [en Madrid] continué porque ya tenía muchísimo. Saldrá este año”, confirma. “También tengo un guion que está casi terminado, pero necesita un poco de trabajo. Lo más importante de los escritores es no darse por satisfecho. Quedan cosas menores, pero estoy deseando tener tiempo para ponerme sobre ello”. Y se despide: “Una vez que lo termine, será la película del año que viene”.

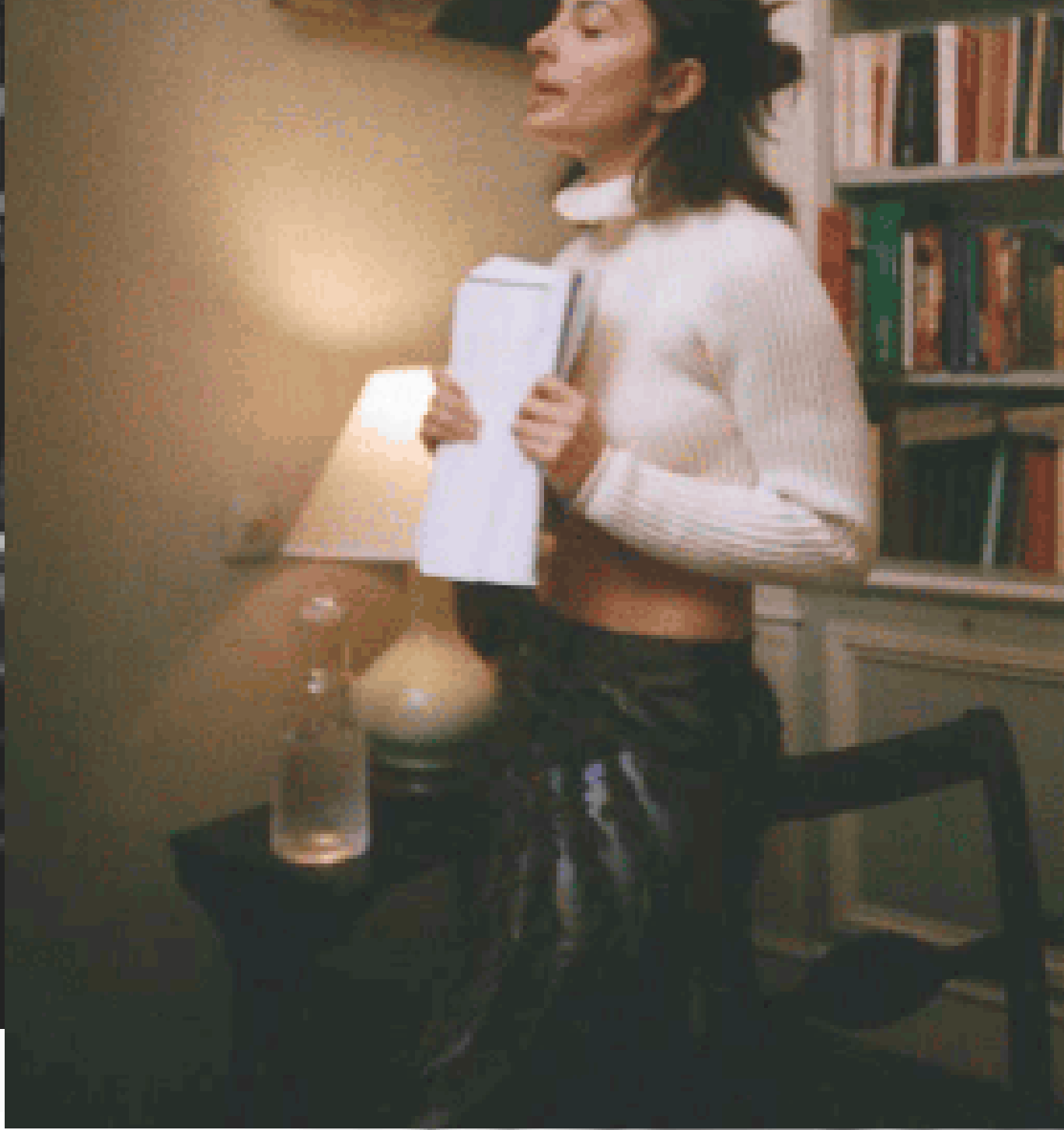


*Bárbara luce vestido, 'leggings'
y zapatos, todo de LOEWE.*

*En esta página, Victoria
lleva vestido de LOEWE.
En la página siguiente, Pedro,
con 'total look' de LOEWE
y sus propias gafas.*









*En esta doble página, Milena,
con chaqueta y falda, ambas
de DIOR. Bárbara, con jersey
de MAX MARA; y falda
de EDWARD CUMING.
Y Aitana, con top y falda de
FENDI; y gafas de PRADA.*

*Peluquería: Pierre Saint
Sever (Bryant Artists).
Maquillaje: Mayumi Oda
(Bryant Artists).
Atrezzo: María Ona.
Ayudantes de estilismo: Paloma
Gutiérrez y Carmen Cruz.
Producción: Sample.*

LAS

¿Opulento o discreto? ¿Práctico o experimental? ¿Ortodoxo o inconformista?

MUCHAS

Sea cual sea el ESTADO DE ÁNIMO, la llegada de la temporada

VIDAS

primavera-verano 2026 trae consigo una gran variedad de opciones.

DE UNA

Fotografía RAFAEL PAVAROTTI. *Estilismo* KATE PHELAN.

MUJER

Noor Khan lleva abrigo con flecos de fibra de vidrio reciclada, falda en capas, bolso de mano y pulsera, todo de BOTTEGA VENETA; pañuelo de seda, de NERIDA FRAMAN; y (en todas las imágenes) pendientes y anillos de la modelo.



*Abrigo Re-Nylon, falda de
tafetán y zapatos, todo de
PRADA; guantes de piel,
de PAULA ROWAN;
y cinturón de la estilista.*





*Pendiente tipo 'chandelier',
de SAINT LAURENT
BY ANTHONY
VACCARELLO; y
pañuelos de gasa, de
NERIDA FRAIMAN.*



*Pantalón con tirantes,
de HERMÈS; y
top de CDLP.*

*Blusa de seda plisada con
cuello de encaje, pantalón
de lana y seda, sombrero
y zapatos destalonados,
todo de DIOR.*





*Abrigo de seda y
vaqueros, ambos de
RALPH LAUREN
COLLECTION; top con
capucha y volantes de satén,
de SCHIAPARELLI;
y gafas de sol, de
BALENCIAGA.*

*Vestido delantal de satén
y sujetador de popelín,
ambos de MIU MIU.*





*Vestido de cuero,
de JIL SANDER;
y gafas de la estilista.*

*Parka de algodón con
capucha, vestido camisero
de algodón técnico y zapatos
de PVC, todo de LOEWE;
y gafas de BALENCIAGA.*





*Jersey de punto, pantalón
de seda, zapatillas de piel
y bolso de punto (colocado
en la cabeza), todo de
LOUIS VUITTON.*

*Gabardina, traje,
camisa, y corbata, todo
de BURBERRY; gafas
de BALENCIAGA;
y zapatos de piel, de
MANOLO BLAHNIK.*



*Vestido lencero de organza,
de GIORGIO ARMANI.*





*Corpiño de ganchillo
hecho a mano,
de McQUEEN.*

*Traje de falda de punto y
zapatos, todo de CHANEL;
medias de WOLFORD;
boina de seda y cachemir,
de NOEL STEWART;
pendientes 'vintage', de
4ELEMENT; y gafas
de sol, de LE SPECS.*





*Abrigo, sujetador,
bragas y zapatillas,
todo de DOLCE &
GABBANA; gafas de
BOTTEGA VENETA.*

*En esta doble página,
abrigo de pelo, vestido
lencero, zapatos, bolso
y collar de oro con granate,
safiro rosa, granate
mandarina y diamantes,
de la colección de alta
joyería, todo de GUCCI.*





*Peluquería: Eugene
Souleiman. Maquillaje:
Chiao Li Hsu. Manicura:
Simone Cummings.
Producción: Ragi
Dholakia Productions.
Modelo: Noor Khan.*





EL REY *de la* CASA

Mientras JONATHAN ANDERSON sigue asentándose en DIOR, el mundo observa y se pregunta: ¿podrá trasladar sus recientes TRIUNFOS creativos a una de las casas de moda más monumentales de la historia? En cualquier caso, está encantado de asumir el reto. Retratos ANNIE LEIBOVITZ. Fotografías de moda STEF MITCHELL. Por NATHAN HELLER.

El diseñador Jonathan Anderson, en la sede de Dior de París. Estilismo: Jack Borkett.

*Ajus Samuel lleva
'total look' de DIOR.
Estilismo: Alex Harrington.*





*Betsy Gaghan luce
vestido de DIOR.*

I

a luz del viernes por la tarde empieza a desvanecerse en la tranquila calle de París que se ve desde el despacho de Jonathan Anderson. Lo encuentro sentado a una gran mesa, cribando minuciosamente las prendas del futuro. “¿Qué tenemos para revisar?”, comienza la tarea. Con precisión quirúrgica, su director de diseño, Alberto Dalla Colletta, repasa el orden del día para la alta costura, luego vira hacia las urgencias que requiere el *prêt-à-porter* femenino. “Esta es la falda que estuvimos arreglando”, dice, hojeando un montón de papeles. “Ahora ha cobrado más interés, me parece chula”. “La parte de atrás está bonita”, replica Anderson con brío, y con un gesto de cabeza pide pasar a lo siguiente. Alto, infatigable, con su remolino de pelo cobrizo y su profunda voz de barítono irlandés, Anderson, de 41 años, acaba de asumir uno de los puestos más poderosos de la moda: la dirección creativa de Dior. Cuando se anunció su nombramiento el año pasado, la industria acogió la noticia con una chispa generalizada de entusiasmo. Venía de pasar 11 años al frente de Loewe, periodo en que insufló nueva energía al sector con su particular eclecticismo creativo, una amalgama de historia de la moda con sus propios y variados intereses que aportó al mercado un encanto fresco y vanguardista. Y lo logró, además, liderando a la vez su propia marca homónima con sede en Londres, JW Anderson, que ya ha cumplido 18 años.

“Es capaz de cambiar de rumbo como si nada, para mí no es alguien que diseñe solo de una manera”, le dedica Jennifer Lawrence, una de las primeras en lucir un vestido de Anderson para Dior en la alfombra roja. “Normalmente te envían tres bocetos con una inspiración muy similar. Con Jonathan, es como si 25 diseñadores distintos te enviaran 25 opciones diferentes. Su registro es tan amplio que me alucina una y otra vez”. Dalla Colletta pasa a la siguiente pieza con pocos miramientos. “Los colores no salieron muy potentes, en mi opinión. El marrón es un poco...”. “¿Sabes lo que puede quedar muy bien?, propone Anderson, impertérrito. “Probar a hacer uno en marrón y dorado. Puede quedar raro”.

En la repisa de la chimenea que hay al final de la estancia, reposa un bolso estampado con la portada del *Ulysses* de James Joyce –de la serie de accesorios libro que creó el diseñador– y en su escritorio destacan una máquina de escribir y velas con formas frutales. Ocho paneles con rue-



Anderson, en el atelier de Dior.
Estilismo: Jack Borkett.



das, distribuidos aparentemente al azar por el centro de la habitación, rebosan imágenes de una campaña publicitaria en curso. Un maniquí sostiene un *toile* de algodón ya marcado y dos burros con ropa rodean la mesa. La emoción que desató el nombramiento de Anderson vino en parte de la alta tensión de la apuesta: desde Christian Dior, él es el primer diseñador en asumir el mando de todas las líneas de la firma: mujer, hombre y alta costura, bolsos y zapatos incluidos. Es decir, nada menos que diez colecciones bien cargadas al año en la que es hoy por hoy una de las casas de alta costura más grandes de París. Las reuniones se superponen y fluyen a un ritmo vertiginoso.

“Entonces esto era para la otra referencia que nos diste”, continúa Dalla Colletta. “Vamos a intentar hacer el *jacquard* cortando todos los flecos así”. Anderson se atusa el pelo con una mano y mira fijamente la página. Su manera de trabajar recuerda a la de un cirujano de pueblo a la espera constante de las urgencias de un doctor u otro. Junto a su codo izquierdo, como de costumbre, se despliegan varios efectos personales como si hubiese vaciado el bolso entero sobre la mesa: el iPhone, una taza de café, una botella de Evian, el estuche de los auriculares, una cajetilla de pastillas de menta, otra de cigarrillos, una pequeña cinta de medir y un monedero con cremallera en verde vivo con el lema “Dumb as a Dream” —de una colaboración de Loewe con el artista Richard Hawkins—. “Muy bien”, contesta por fin, examinando más de cerca. “Aunque aquí los colores no están tan bien”. Dalla Colletta le enseña dos páginas más antes de que Anderson salga raudo hacia otra cita. “Una reunión de una hora son diez minutos con Jonathan”, reconoce Dalla Colletta sonriendo. Reúne sus papeles y se marcha.

El primer desfile femenino de Anderson en Dior, celebrado en el Jardín de las Tullerías, fue durante meses el más esperado de París. En la hora previa, una marea de gente se derramó desde el parque hasta la Place de la Concorde. Algunos curiosos acudieron disfrazados. Otros alzaban carteles y vitoreaban a las celebridades —Jennifer Lawrence, Sabrina Carpenter, Anya Taylor-Joy, Jisoo, Jimin, Robert Pattinson, Johnny Depp y muchas otras— que atravesaban la multitud por el cordón de seguridad. En el interior de una enorme estructura color *camel*, erigida sobre la fuente octogonal de las Tullerías, el cineasta Luca Guadagnino y su director de arte, Stefano Baisi, idearon una galería de techos bajos. Las paredes, moteadas de gris, se engalanaron con molduras modernistas italianas; banquetas cuadradas de madera ejercieron de asientos. “Queríamos crear un espacio que fuera casi como un museo”, explicó Guadagnino, quien conoció a Anderson hace una década y media y contó con él

para el vestuario de tres de sus películas más recientes. Cuando las luces se apagaron, se proyectó un cortometraje del realizador de documentales Adam Curtis sobre paneles triangulares. “¿Te atreves a entrar en la casa Dior?”, rezaba la cartela inicial, seguida de una secuencia que hilaba imágenes de los 78 años de historia de la firma, transfiguradas estas en una película de terror. Las luces volvieron y, como despertados de un sueño inquieto, empezó a desfilar ante nuestros ojos la primera colección de mujer del diseñador. Surgieron retorcidos plisados, trajes de falda ultracorta en *tweed* y encajes con motivos irregulares y escalonados. Hubo variaciones de la famosa chaqueta Bar y subversiones lúdicas de los perfiles de sus vestidos. Con sus botonaduras de babero, sus cuellos cerrados de camisa, corbatas de lazo y riqueza de cuadros in-

tensos y severos, la colección supuraba cierto decoro de mediados de siglo XX. Pero sus volúmenes extraños, estrechas proporciones verticales y reducciones súbitas —como si los diseños originalmente largos hubiesen sido podados como malas hierbas hasta sus más puras raíces— imprimían al tradicionalismo un giro extremo y vagamente perverso.

Curiosamente, los *looks* se hacían eco del vocabulario que introdujo el nuevo director creativo en su debut masculino de junio, que a su vez presentaba elementos inspirados en la moda femenina, como aquel notable pantalón *cargo* de gran volumen, casi un polisón. Y es que, según me confirma Delphine Arnault, presidenta y CEO de la compañía, la apuesta de Anderson a la hora de asumir un control tan inusualmente integral consiste en diseñar sendas colecciones de hombre y de mujer en tándem, no en paralelo, con el fin de dar vida a una “pareja Dior”. “Es una visión moderna: el *look* se ve tanto en los hombres como en las mujeres y es hasta cierto punto intercambiable”, dice la ejecutiva. Es una visión, además, que Anderson lleva persiguiendo desde sus inicios en su pro-

pia marca, cuando en 2013 causó sensación al diseñar para ellos unos *shorts* con volantes y silueta casi de minifalda.

Justin Vivian Bond, le actor, artista de cabaret y activista por los derechos de las personas trans, concede que Anderson es “uno de los primeros diseñadores que ha sabido cerrar realmente la brecha entre las colecciones masculina y femenina, siempre saca un chico o dos en la de mujer, y viceversa, y eso me dice mucho. No lo veo forzado, sino lógico y muy divertido”. Se conocieron hace 20 años, cuando Rufus Wainwright invitó al diseñador a un espectáculo de Bond en Londres. “Me hizo un gorro de punto con plumas, un abrigo cruzado como de armiño falso y una diadema increíble con moscas atrapadas en la redecilla, todo muy Jonathan”. Al poco tiempo, Anderson le pidió a Bond que





*En esta doble página,
Charlie Jones lleva
'total look' de DIOR.*

Betsy y Charlie, con 'total looks'
de DIOR; bastones antiguos de
GALERIE JANTZEN; y
calcetines de FREE PEOPLE.

SE
HE



actuase en su desfile de fin de carrera en el London College of Fashion. Desde entonces, no han dejado de colaborar, más recientemente en la ópera *Complications in Sue*, en la que Anderson firmó el vestuario. “Pese a lo serio e intenso que es su trabajo, nunca ha perdido la fantasía”, lo ensalza Bond, “y eso es en parte lo que lo hace siempre tan interesante y le permite seguir evolucionando sin fin”.

Una de las palabras favoritas de Jonathan Anderson —a la que acude primero para transmitir elogio— es ‘radical’. “Lo radical no tiene por qué ser estruendoso, a veces lo radical es simplemente tratar de descubrir qué es lo nuevo”, me dice uno de los días. “Y lo nuevo para Dior no va a ser lo mismo que para Loewe”. Aunque la firma española es la más antigua del portfolio de moda de LVMH, ha funcionado la mayor parte de su historia como una empresa de artículos de piel, famosa por la experta artesanía de sus bolsos, con apenas prudentes incursiones en la confección de ropa. Anderson no solo trajo a la marca un nuevo impulso, sino, básicamente, enseñó al público a entender el estilo Loewe. “Necesitaba un lenguaje de moda propio”, dice. “¿Dior no lo necesita! Pero sí necesita desarrollar más los bolsos. Ahí todavía hay mucho margen”. El acto radical de Anderson nace, pues, de entablar yuxtaposiciones inéditas, propiciar que esto y aquello se relacionen de un modo novedoso. Evolucionar sin perder de vista lo que vino antes requiere de una mirada al pasado muy particular. Pocos desfiles comienzan con una película de terror, la manera que tiene Anderson de intentar transmitir, a través del juego, el aterrador peso que se siente al tomar el testigo de una histórica casa de costura parisina, una que tras el propio Christian Dior, artífice del New Look de posguerra, ha acogido directores creativos tan gigantes y dispares como Yves Saint Laurent, John Galiano y muchos otros: el panteón intimida. “Nunca he estado bajo tanta presión”, confiesa. “Y no venía de mí, ni de la firma. Venía de ese sentimiento general de que urge salvar la moda. Me siento como en una utopía extraña. Concebí el filme como una manera de poner al público en mi situación”.

Para el diseñador, casi cualquier trabajo es fruto de la lucha y la determinación. Su padre, Willie, fue capitán del equipo nacional de rugby de Irlanda (como apunta Guadagnino, “uno de los elementos mas representativos de la obra de Jonathan es la camiseta de rugby, cómo vuelve a ella a lo largo del tiempo y de las marcas es una maravilla”). Su progenitor es su ejemplo de fuerza de voluntad, alguien que “salió de una granja lechera y decidió muy tarde, entre los 18 y 20 años, que quería ser jugador de rugby. En su época no era un deporte profesional. Si ganabas un partido, te pagaban una libra”. Resulta que su hermano Thomas también se dedicó a lo mismo. “Cuando veo la relación entre mi padre y mi hermano, lo competitivos que son, siempre pienso: ¡Menos mal que a mí no me va el rugby!”, suspira. Y aun así, habiéndose criado en Magherafelt, un pueblecito de Irlanda del Norte, después de que lo rechazaran en la escuela de moda que contaba como primera opción, terminó asumiendo un rol psicológico muy parecido. “Siempre he funcionado en la vida como si fuera un segundón y si alguna vez no me siento así, me acabo fabricando un entorno en el que tengo que demostrar algo”, explica Anderson (quien bromea diciendo que no ne-

cesita ir a terapia porque ya se lo mira con los periodistas). A nadie se le ocurre que la dirección creativa de Dior sea un segundo puesto, pero él siente que compite en desventaja con quienes lo precedieron. “Hay muchos diseñadores muy queridos que han triunfado aquí, y la gente siempre querrá al diseñador que había en su época”, reflexiona. “Por ejemplo, fue genial lo que Galiano logró en Dior: rompió los esquemas. Pero fue en un momento muy distinto”.

Uno de los primeros trabajos de Anderson en la moda fue como ayudante de escaparatismo en la tienda de Prada en la Bond Street de Londres, a las órdenes de Manuela Pavesi. “Estaba absolutamente obnubilado con ella, con su persona, con cómo usaba la psicología para vender cada producto del escaparate”, cuenta. “Recuerdo que una día, cuando Prada estaba haciendo robots, vimos un escaparate con solo un maniquí y un bolso. Yo en plan: ‘¿Qué interesante!’. Y ella: ‘No me gusta’. De repente empezó a lanzar artículos al escaparate: más bolsos, 50 robots. Cuando lo vi desde fuera, fue como: ‘¡Hala!’. Todo saturado de producto”. El batiburrillo se fusionó, de alguna manera, en un todo coherente. “Lo suyo era la meticulosa contradicción de prendas, un pijama con un abrigo de cocodrilo”, recuerda. “Me dejaba petrificado, pero a la vez me obsesionaba: ¿cómo se llega a pensar así?”.

Una vez que Anderson triunfó por sí mismo, se le reconoció un eclecticismo similar, así como su capacidad para articular una visión clara y demostrar la valía de su oficio —mediante su acertado manejo de la descripción y el estilismo—, a ojos de los empresarios, las celebridades y otros agentes clave del mercado. “Sabe presentar muy bien su trabajo”, afirma Delphine Arnault. Anderson achaca el mérito una vez más a sus orígenes. “Por muy importante, famosa o rica que sea una persona, siempre hay una vía emocional de acercarse a su manera de ver las cosas: eso es lo que aprendí de mis padres”, dice el diseñador, quien asegura que todavía acude primero a ellos para pedir consejo “sobre cómo tratar con la gente”. Se dice de él que sale a buscar las oportunidades más que quedarse a esperarlas. Con 20 años, cuando trabajaba en Prada, logró salir en la revista *i-D* por elaborar broches a partir de objetos encontrados. Él mismo cuenta la anécdota de cuando Delphine Arnault lo llamó de la nada a las siete de la mañana, muy interesada por su trabajo. “Yo intentaba fingir que estaba despierto, cosa que siempre cuesta lo suyo, lo de intentar sonar espabilado cuando no lo estás”. Arnault, por su parte, recuerda en cambio que se conocieron un año antes, en una exposición en Londres. En 2013, el año en que LVMH invirtió capital en JW Anderson, le preguntó si se le ocurría alguien que pudiese liderar Loewe con carácter urgente. Como cuenta la entonces responsable de moda del conglomerado, Anderson se propuso a sí mismo.

A comienzos de esta década, ya buscaba activamente un nuevo reto. “Empezó a hablar conmigo sobre un posible futuro y qué nuevos proyectos podíamos ofrecerle dentro del grupo”, recuerda Arnault. Cuando Maria Grazia Chiuri, anterior directora creativa de Dior, dejó su puesto (ahora está en Fendi), Anderson trasladó sus ganas de asumir la dirección íntegra de las líneas de hombre, mujer y alta costura. Para entonces, su obra en Loewe se había convertido en un fenómeno cultural. Durante los primeros siete años en la marca,

“Siempre he funcionado en la vida como si fuera un SEGUNDÓN. Y si alguna vez no me siento así, me acabo fabricando un entorno en el que tengo que DEMOSTRAR algo”; confiesa el diseñador.

puso el foco en la artesanía, su propia interpretación moderna, elegante y majestuosa del saber hacer que corresponde a una etiqueta distinguida. Después, llegada la pandemia, mudó la piel hacia un conceptualismo más salvaje, más lúdico, más abiertamente heterogéneo. Esta fue la época de las corazas relucientes y los tejidos pixelados digitalmente, de los abrigos con brotes de césped real, de los salones de Minnie Mouse y los tacones globo; de las enormes fresas inspiradas en la pintura de William Sartorius (para Uniqlo, con la que sigue en marcha la colaboración, diseñó una colección inspirada en los personajes de Beatrix Potter).

“Lo que hizo con Loewe fue rompedor. No solo revolucionó la marca: revolucionó la cultura”, analiza Lawrence. “Hablamos de un artista muy potente que conquistó a las masas de un modo muy concreto y matizado”. El diseñador estudia y colecciona una amplia gama de obras de arte, desde los maestros flamencos hasta Anthea Hamilton; en Londres, forma parte del consejo de administración del Victoria and Albert Museum. Durante un tiempo se interesó por la arquitectura y siente una pasión de toda la vida por la cerámica. El estilo que comenzó a cultivar en sus colecciones tras la pandemia —más luminoso y, en cierto modo, más minimalista—, le ofreció a todas luces un nuevo vehículo para aludir directamente a estos intereses. “Esa fusión entre arte y moda es fundamental en Jonathan”, afirma Josh O’Connor, que comenzó a colaborar con Loewe como embajador de marca en 2017. “Y pienso que realizar esos desfiles increíbles y ver cómo la gente lo aclamaba le dio cada vez más confianza”. Las obsesiones de Anderson resultaron ser contagiosas: O’Connor, cuya abuela era ceramista, comparte algunas. “Recuerdo que una noche fui a cenar a casa de Jonathan y vi que tenía una colección increíble: ¡sus cerámicas son una fantasía! Tenía obras de Sara Flynn, una ceramista irlandesa a la que admiro mucho. También de Lucie Rie. Muchas piezas magníficas de Ian Godfrey”, enumera. Anderson atribuye el nacimiento de esta pasión a su abuelo materno, que trabajaba en una empresa textil, Samuel Lamont & Sons, en el condado de Antrim de Irlanda del Norte. “Era el más creativo de la familia”, dice Anderson. “Y de pequeño estábamos rodeados de porcelana vanguardista”. Muchas de sus amistades y allegados actuales tienen en común el amor por el arte. Últimamente, ha estado saliendo con el artista catalán Pol Anglada, con quien colaboró en JW Anderson. “La vida privada de cualquiera, cuando tienes un trabajo como este, es complicada”, me cuenta. “Lo vi en mi casa cuando mi padre trabajaba para la Copa del Mundo. Cuando te vas y vuelves, hay que redescubrirse mutuamente. A medida que te haces mayor, aprendes que tienes que sacar tiempo de donde sea si quieres proteger eso. Porque es muy fácil dejarlo pasar, tienes que encontrar tu propio mecanismo”.

Por lo demás, hoy en día sus intereses suelen seguir el ritmo de la urgencia profesional. “Ahora mismo, hay un *look-book* cada semana. Hay una campaña cada semana. Te pasas la mayor parte del día escarbando en busca de ideas”, comenta. Enseguida, como si pensara que esta descripción no hace justicia a la emoción del proceso, añade: “Pero también te obsesiona: un artista, una persona o una pieza *vintage* pueden inspirar una colección entera”.

Una mañana de diciembre, quedo con Anderson en el Musée d’Orsay, donde para un rato a visitar una importante exposición sobre la obra de la pintora británica Bridget Riley, de quien posee el lienzo *Daphne* (1988). Llega tarde: dice que nunca mira su agenda diaria con antelación ni planifica con tiempo su siguiente ronda de reuniones por miedo a dudar de si valen la pena. No extraña, entonces, que siempre vaya con retraso. Parece cansado.

“Nunca me ha apetecido tanto que llegue la Navidad, porque no soy lo que se dice muy navideño”, confiesa, repasando las obligaciones pendientes, tanto para él mismo como para mí. “Nos queda un *fitting* más de alta costura, un último de hombre y otro de mujer. También el lanzamiento de la colección cruceiro y justo acabamos de sacar al mercado las colecciones *Pre-Fall* y *Riviera*. Esta temporada es siempre la más dura, porque es muy corta”. Finge una media sonrisa —aun así positiva— y avanza con paso firme por la nave central abovedada del museo. Anderson me explica que admira cómo Riley reduce su obra a la más mínima esencia, “como si tuviera la confianza que hace falta para llegar hasta el final”. “Es algo que se ve en la gran pintura india. Incluso en Rembrandt, sabían cuando parar. Eso te invita a reflexionar más sobre el porqué de la obra cuando estás frente a ella”.

El comisario de la exposición, Nicolas Gausserand, que nos ha estado acompañando, señala el color de la pared: blanco. Riley, que ahora tiene noventa y tantos años, insistió —contraviniendo los protocolos del museo— en que la obra de Georges Seurat se vería mejor sobre un fondo blanco.

“Los blancos se vuelven más blancos”, suscribe Anderson. “Es muy radical”. Da una última vuelta por las salas y pone rumbo directo a la salida. “Hay que dar una pasada rápida para activar el cerebro”, explica ya casi fuera. “Si me quedo mucho rato, dejo de ver las conexiones. Creo que me viene de mi abuelo esto de preguntarme: ‘¿Cómo se logra hallar la novedad en algo que ya es de por sí antiguo? Pues poniéndolo en diálogo con lo que está

sucediendo hoy”. Nos dejamos caer en una mesa apartada, entre panelados de madera y vistas al río, del antiguo restaurante *Le Voltaire*. Almorzar no entraba inicialmente en nuestros planes, pero vamos (de nuevo) con retraso y hemos tenido que reorganizar el itinerario sobre la marcha. Los camareros nos sirven rábanos, salami, pan y mantequilla. Anderson pide un filete de ternera al punto ‘más’. “Al punto ‘más’ va a tardar 30 minutos”, informa el camarero, con cierto retintín. “Entonces mejor al punto... y también unas patatas fritas, qué demonios”.

Anderson mantiene un pie en Londres, donde JW Anderson está en pleno proceso de expansión en el diseño de muebles, arte y objetos de colección. Comparte que ese ir y venir entre la capital británica y París le produce a veces una especie de desajuste cultural. “Son dos ciudades muy diferentes en la manera de comer o de salir”, desarrolla. “La diferencia más curiosa es que en Francia, no sé por qué, no saben hacer buen hielo. Aquí los *gin-tonics* nunca están del todo bien, porque el hielo no es bueno”. Listos ya para hincar el diente, Anderson me confiesa que, en este momento, su objetivo cultural más urgente en Dior consiste en “tratar de encontrar un propósito” para una casa de lujo en plena era digital. “Lo que me atrajo de la moda fue lo de diseñar

**“La VIDA PRIVADA
de cualquiera, cuando
tienes un trabajo como
este, es COMPLICADA.
A medida que te haces
mayor, aprendes que
tienes que SACAR
TIEMPO de donde sea
si quieres protegerla”.**



Ajus luce 'total look' de DIOR.

*Retratos de Jonathan Anderson:
Fotografía: Annie Leibovitz.
Estilismo: Jack Borkett.
Peluquería y maquillaje: Jillian
Halouska. Producción: AL Studio.
Diseño del set: Mary Howard.*

*Imágenes de moda:
Fotografía: Stef Mitchell.
Estilismo: Alex Harrington.
Peluquería: Ryan Mitchell.
Maquillaje: Aurore Gibrien.
Producción: NILM. Diseño
del set: Giovanna Martial.
'Photo Artwork': Martin Depalle.
Manicura: Magda S.
Costurera: Lauryn Trojan.
Modelos: Ajus Samuel, Betsy
Gaghan, Charlie Jones.*

para el futuro: creas una pieza, la presentas y llega a las tiendas seis meses después”, explica. “Eso le da al consumidor tiempo para digerirla. Ahora estamos en un periodo en el que diseñamos ropa para provocar un estímulo inmediato: cuando llega al mercado, ya ha perdido fuelle, es como un subidón de azúcar”. El problema, añade, es que en esas circunstancias resulta casi imposible mantener un estándar de calidad. “Esto afecta a la comprensión”, continúa. “Estamos acostumbrados a consumir millones de imágenes al día, pero a la hora de leer, consumimos menos. Respondemos con un emoji, grabamos un audio porque es ‘más eficiente’. Cuando era joven, me habría parecido el escenario ideal —comenta, en relación a su dislexia—. Pero hacer ropa implica conectar cerebro y manos, igual que escribir: son acciones poco frecuentes”. Precisamente ese esfuerzo deliberado, reflexiona, es lo que durante años permitió a la moda ir más allá de la gratificación efímera y adelantarse al futuro. El mundo necesita tiempo para asimilar las nuevas ideas y que estas realmente arraiguen.



Anderson corta el filete con energía. “Mi punto débil es que colapso emocionalmente con las cosas más mundanas”, admite. “Ya sea que una modelo no puede en tal fecha, o que no hemos podido conseguir este sitio pequeñito que me gustaba o tal reunión que no ha salido bien... Acabo enfadándome mucho, sobre todo conmigo mismo”, continúa. “Pero lo que más me enfada ahora mismo es la falta de paciencia que tenemos. Yo mismo no tengo nada de paciencia, así que en parte contribuyo al problema. Consumimos, descartamos y a lo siguiente. Eso destruye completamente la creatividad. Creo que si ya no se hacen tantas grandes películas ni música tan buena es porque nos da miedo ser radicales”.

Considera la alta costura —para él, territorio inexplorado— una oportunidad fascinante de reinventar una cultura de audacia y preciosismo. Sueña con hacerla más accesible. Su modelo para Dior, describe, se entiende como un museo de entrada libre, al estilo del V&A londinense, para que el público incapaz de permitirse un vestido así aún pueda apreciar de cerca la confección. “El objetivo es que la gente ame la moda”, dice. “No todo el mundo puede comprar alta costura, pero es el pilar que sostiene todo lo demás: el legado, la artesanía, el conocimiento”. También, es su empresa “más personal” en Dior, una disciplina que aún sigue aprendiendo. Su primera colección en la categoría tiene cierta influencia de John Galliano, la primera persona externa a quien le mostró su colección de mujer —“porque, de jovencito, para mí era Dios”—. “John apareció con una bolsa de comida del súper y dos impecables ramilletes de ciclámenes silvestres, me encanta el ciclamen”. Las flores en cuestión, del propio jardín de Galliano, tocaron el corazón de Anderson. En homenaje, pues, a su ídolo —y en un galante guiño poco habitual a un predecesor todavía vivo—, el ciclamen pasó a ser el motivo principal de la colección, presente en bordados y aplicaciones, sobre tejidos del siglo XVIII y antiguos retratos en miniatura. Decidió abrir el desfile de alta costura con una versión del vestido plisado blanco en forma de lámpara que inauguró su debut femenino sobre la pasarela.

“Me encanta la técnica, así que pensé: ‘¿Cómo lo hacemos para *prêt-à-porter* y cómo lo trasladamos luego a alta costura?’, cuenta. “Yo colecciono porcelana de Chelsea, y cuando ves piezas del primer periodo y del segundo, parecen iguales, pero en realidad la manufactura es completamente distinta. No es que una sea mejor que la otra, simplemente presentan dinámicas diferentes”. Tal equilibrio entre diferencias mínimas y proyectos superlativos es, casi siempre, donde la mente creativa y la ambición de Anderson se dan la mano. “Por mucho que haya días en los que siento que la cabeza me va a estallar, siempre sé que haré todo lo que esté en mi mano para que funcione”, asegura. “No solo por mí, sino por todas las personas que he involucrado en ello. Tengo que lograr que funcione... por los demás”.

Desde que aceptó incorporarse a Dior, gran parte de su vida discurre en tránsito. En noviembre y diciembre, además de sus habituales desplazamientos por Europa, viajó a Nueva York, Doha y Pekín por asuntos de la casa, mientras trabajaba activamente en seis colecciones diferentes. Una mañana despejada y fresca en Los Ángeles, baja a trompicones al vestíbulo del Chateau Marmont para encadenar una serie de reuniones que culminarán con la inauguración de una nueva *boutique* en Beverly Hills. “Siempre me ha encantado venir a Los Ángeles; no para vivir, pero me encanta estar aquí”, comenta mientras devora un generoso bol de yogur con granola, sujetando la cuchara como si fuera un cazo. Dos chicas le hacen una foto a escondidas desde el otro lado del local, recordándole que en la capital de la fama, y con la creciente proyección global de Dior, ahora él también es una celebridad. En su primer viaje a la ciudad de las estrellas, Anderson cuenta que se subió a un taxi y le pidió al conductor que lo llevara al 10086 de Sunset Boulevard, la dirección de Norma Desmond. “Es como un garaje o algo así”, me confiesa. “Pero no hay nada mejor que un personaje de Hollywood de antaño”. En parte, lamenta lo accesibles que son ahora las celebridades, algo que en su opinión ha erosionado ese halo mítico que antes poseían. “Hubo un momento en el que Dior creaba el *look* de estudio de la actriz y tenía el control de la silueta, la idea, la personalidad. Creo que nos hace falta ese romanticismo de la moda tal y como se concebía en el cine”, comenta, desviando la mirada pensativo hacia un candelabro del bar. “No me importaría que Dior, en el futuro, se volviera un poco *camp*, un poco performativa; creo que John abrió la puerta. Y esa puerta la construyó el propio Dior”. La nueva *boutique* de la firma, una maravilla de cuatro plantas con una escalera de caracol flotante en el mejor tramo de Rodeo Drive, representa uno de los varios esfuerzos por imponer una coherencia estética. “Es un nuevo capítulo para Dior”, afirma Arnault. La tienda, diseñada por el arquitecto Peter Marino, incluye una terraza en la azotea, salones privados para clientes VIP y un restaurante con menús de Dominique Crenn, cuyo local insignia en San Francisco la convirtió en la primera mujer chef estadounidense en obtener tres estrellas Michelin. Desde el verano pasado, se han abierto o se abrirán espacios similares en Pekín, Milán, Nueva York y Osaka, todos inspirados en la monumental tienda de Dior en el número 30 de la Avenue Montaigne de París. “Son declaraciones e inversiones muy potentes”, confirma Arnault; incluso en la era digital, el comercio presencial sigue siendo el motor de ventas de Dior. Y la filosofía integral de Anderson, con pleno control sobre todas las colecciones de moda, encaja perfectamente con la firme intención de construir un mundo Dior unificado y universal.

Anderson llega a la terraza y salón de la última planta de la *boutique* de Beverly Hills a las siete y veinticinco. La lista de invitados es, para una cena del sector de la moda, especialmente excéntrica e interesante. “Es de esas reuniones de gen-

te dispar que encaja mucho con Jonathan y su manera de pensar”, me dice Greta Lee, que asiste con una sencilla y elegante blusa gris de Dior y unos vaqueros. “A menudo, sus ideas y sus decisiones son así de inesperadas, y la amplitud y alcance de lo que le interesa es genuinamente fascinante”. Lawrence llega acompañada de su marido y Charlize Theron, embajadora de marca desde hace años, aparece en el último minuto. Pero también están Gia Coppola, Maude Apatow y Ejae, la voz protagonista de *Las guerreras K-Pop*. Lauren Sánchez Bezos se hace *selfies* y reparte abrazos. Mike White, creador de *The White Lotus*, también se ha dejado caer —para su propia sorpresa—, y deambula obnubilado con un jersey de Dior, como tomando notas mentales de todo. Muchas de las famosas embajadoras que Anderson ha traído consigo, como Lee, llevan mucho tiempo en su círculo y aportan una energía más audaz y chispeante de lo que se le presupone (o así era) a una *maison* francesa tradicional.

Tras estrecharle la mano a Delphine Arnault, que también ha volado a la ciudad para la ocasión, Anderson se dirige raudamente hacia Lee y la abraza con entusiasmo (“Para mí, ella no es una musa, es una amiga”, dice. “No es solo que lleve la ropa, es poder tomarte una copa y disfrutar juntos de un menú de tres platos”). Viste una camisa azul claro, vaqueros y mocasines marrones. Los camareros sirven *nori rolls* rellenos de caviar y diminutas tartaletas de cebolla que parecen grullas blancas de origami. En el patio, hay tacitas con cigarrillos Marlboro (cuando alguien le comentó a Arnault que eso no era muy “angelino”, me chivan que bromeó diciendo que sí lo era... en los años 80). Pasados diez minutos de la hora prevista, los invitados se sientan y el ágape continúa, adquiriendo poco a poco un alborozo desenfadado. A las nueve y cuarto, Anderson guía a un grupo selecto a la terraza para fumar. Media hora después, ordena chupitos de tequila para todos, y prosigue el fumeteo. En el ambiente, en experta opinión de Lee, “se notaba que se estaba cocinando algo”.

En París, ya cerca de las fiestas navideñas, los turistas disparan sus cámaras agolpados frente a las luces centelleantes de la tienda insignia de Dior. A media manzana —justo enfrente de la tienda de Loewe—, se encuentra Dior Heritage, el cuidadísimo archivo de la casa, que reúne prendas, accesorios, perfumes, apuntes de trabajo, bocetos, patrones, correspondencia y recortes de prensa desde su fundación, todo organizado en inmaculadas cajas gris Dior. Los documentos siempre han permanecido dentro de la casa, pero las primeras confecciones de alta costura se han sido recuperando mediante un largo proceso de localización y adquisición. Perrine Scherrer, su directora, me muestra un tesoro temprano: un vestido Junon intacto, considerado a menudo como la obra maestra de Christian Dior. Nada más llegar, Anderson realizó un estudio exhaustivo del archivo. “Hice un ejercicio con el equipo en el que les pedí que trajeran seis *looks* de cada diseñador que hubiese pasado por la casa”, me cuenta (en cuanto a su favorito, es el vestido La Cigale color marfil de 1952: “Es tan aerodinámico... la construcción es verdaderamente increíble”).

Al día siguiente, visita la nueva exposición de la Galerie Dior, el museo público de la casa de 13 salas dedicado a su propia historia, ubicado también a media manzana, pero en dirección contraria. Inaugurado en 2022 bajo uno de los ta-

lleres de alta costura de Dior, ahora recibe 1.500 visitantes diarios, medio millón al año, con entradas agotadas desde un mes antes. La inédita exposición actual está extraída de la colección de Azzedine Alaïa, quien, por motivos poco claros, ocultó en vida la verdadera magnitud de su colección de Dior. “La Fundación Alaïa tiene 600 piezas, y seleccionamos 100 para esta muestra”, comenta Olivier Flaviano, director de la galería. Christian Dior presentó su primera colección en 1947 y falleció diez años después, cuando su empresa ya empleaba a cientos de personas y operaba en cinco continentes. A los 21 años, Yves Saint Laurent le sucedió al frente. “Ahora, si un joven de 21 años asumiera el mando de una casa de esa magnitud, la gente se horrorizaría”, comenta Anderson. “Si no miramos al pasado, olvidamos lo radical que fue”. Flaviano nos guía: ejemplos de las primeras y más exitosas colecciones de Dior; una recreación minuciosa del probador original de la casa; el salón de exposición original, todavía habilitado para recibir clientela *VIP*; una pared con portadas de revistas a lo largo de las décadas; y una fotografía de la vidiente oficial del fundador, junto a los amuletos que llevaba. “Era extremadamente supersticioso, *Monsieur Dior*”, comenta Flaviano. “Bueno, eso es algo que tenemos en común”, deja caer Anderson, antes de alejarse para atender una llamada. A la noche siguiente,

en el estudio, Anderson se sienta frente a sus *moodboards* de la próxima campaña publicitaria. “Lo hemos dividido en distintos tipos de personajes; para mí, lo más importante es que Dior pueda representar a hombres diferentes, mujeres diferentes, personas diferentes: la marca es lo suficientemente grande como para no servir a un único arquetipo”, argumenta. Nunca piensa en la promoción mientras diseña, pero es una pata esencial para transmitir su trabajo y enmarcarlo en la vida real. Para su primera campaña, fotografiada por David Sims, reflexionó sobre cómo sería un aristócrata, el público original de la alta costura, en una era posaristocrática. “Estoy muy contento”, admite Anderson, abriendo su corazón más de lo habitual. Señala una serie fotográfica de las modelos Laura Kaiser, Saar Mansvelt Beck y Sunday Rose, apiñadas en un sofá. “Esto me encanta”, comenta. “Desprende una especie de felicidad. Como cuando vas a una fiesta y siempre está la persona que se está divirtiendo de verdad, la que intenta divertirse y la que está seduciendo”. Se vuelve hacia un panel dedicado por entero a Kylian Mbappé, vestido con vaqueros, jersey gris y corbata con nudo tipo Eldredge. “Luego tenemos esta idea de liderazgo: sacas al jugador de fútbol de su contexto, lo transportas. Y después tienes a alguien como Greta —la señalas—, y ahí tienes dos fundamentos de cómo puede ser la chica, la idea de que puede pertenecer a este grupo de edad o a ese otro, pero mantiene la misma energía”. El diseñador se cruza de brazos. “Me sentaré aquí con esto, y otras veinte personas tendrán que opinar, pero creo que tiene sentido”, sentencia, permitiéndose una sonrisa de alivio. “Estaba muy absorbido por las expectativas y por si a la gente le iba a gustar; pero al ver todo esto, me siento muy orgulloso de los equipos. Creo que vamos en la dirección correcta. ¿Es el nacimiento de un lenguaje completamente nuevo? Aún no. ¿Pero he ido un paso más allá de donde estaba en mi trabajo anterior?”. Me mira con una serena satisfacción. “Esto está empezando a marchar”.

“Lo que más me enfada es la FALTA DE PACIENCIA que tenemos, incluido yo mismo”, admite. “Consumimos, DESCARTAMOS y a lo siguiente. Eso destruye la creatividad”.

”, admite Anderson, abriendo su corazón más de lo habitual. Señala una serie fotográfica de las modelos Laura Kaiser, Saar Mansvelt Beck y Sunday Rose, apiñadas en un sofá. “Esto me encanta”, comenta. “Desprende una especie de felicidad. Como cuando vas a una fiesta y siempre está la persona que se está divirtiendo de verdad, la que intenta divertirse y la que está seduciendo”. Se vuelve hacia un panel dedicado por entero a Kylian Mbappé, vestido con vaqueros, jersey gris y corbata con nudo tipo Eldredge. “Luego tenemos esta idea de liderazgo: sacas al jugador de fútbol de su contexto, lo transportas. Y después tienes a alguien como Greta —la señalas—, y ahí tienes dos fundamentos de cómo puede ser la chica, la idea de que puede pertenecer a este grupo de edad o a ese otro, pero mantiene la misma energía”. El diseñador se cruza de brazos. “Me sentaré aquí con esto, y otras veinte personas tendrán que opinar, pero creo que tiene sentido”, sentencia, permitiéndose una sonrisa de alivio. “Estaba muy absorbido por las expectativas y por si a la gente le iba a gustar; pero al ver todo esto, me siento muy orgulloso de los equipos. Creo que vamos en la dirección correcta. ¿Es el nacimiento de un lenguaje completamente nuevo? Aún no. ¿Pero he ido un paso más allá de donde estaba en mi trabajo anterior?”. Me mira con una serena satisfacción. “Esto está empezando a marchar”.

*Gisèle Pelicot, con jersey
de lana de cuello vuelto,
de JOHN SMEDLEY;
y joyas propias.*



SIN MIEDO

Su historia desató ira y empatía en las mujeres de todo el globo.

Ahora, GISELE PELICOT concede su primera entrevista desde que su exmarido fuera condenado a prisión (junto con otros 50 hombres) por drogarla y violarla durante años.

GABY WOOD viajó a París para desentrañar el relato de una familia azotada por la TRAGEDIA y una mujer aferrada a la ESPERANZA. Fotografía ANNEMARIEKE VAN DRIMMELEN. Estilismo KATE PHELAN.

U

n día de mayo de 2024, Gisèle Pelicot cambió de opinión. Durante tres años y medio había lidiado con lo impensable: su marido la había estado drogando y violando, a veces hasta dos o tres veces por semana durante casi una década, y había invitado al menos a 72 desconocidos a compartir sus agresiones. Ella no era consciente hasta entonces y, cuando le contaron la verdad, no recordaba nada. Dominique Pelicot acostumbraba a añadir en la comida o la copa de vino de su mujer un cóctel de pastillas para dormir y ansiolíticos para sumirla en un estado comatoso. Más tarde se supo que las dosis pusieron en peligro su vida.

Como todas las víctimas de agresiones sexuales cometidas en Francia, tenía derecho al anonimato y se hizo a la idea de que, una vez comenzara el juicio en septiembre, sería a puerta cerrada. Sin público ni prensa, sin nombres reales. Pero ese día de mayo, mientras paseaba por la playa junto a su nuevo hogar en Île de Ré, vislumbró en su cabeza el panorama: a un lado de la sala, los 50 acusados que la policía había logrado identificar; su ejército de 45 abogados; su todavía marido con el suyo propio. Al lado opuesto, sus dos letrados y ella misma, una mujer menuda de 71 años.

Comprendió, como expondría más tarde, que “a la víctima siempre se la culpa” y que, en inferioridad numérica como esta-

ba, “volvería a ser su presa una vez más”. Tuvo, dice, “la sensación física de que necesitaba al resto del mundo”. También pensó que si no optaba por un juicio público y ayudaba con ello a otras mujeres a sentirse menos solas, se “arrepentiría toda la vida”. No era momento ni lugar para el anonimato y el silencio. Contempló el mar y recordó una frase que había oído pronunciar a otras supervivientes de la violencia machista: “La vergüenza debe cambiar de bando”. Decidió, así, abrir las puertas, desenmascarar a los violadores a cara descubierta.

Cuatro meses después, Gisèle Pelicot cambió la historia: el mayor juicio por violación jamás celebrado en Francia duró tres meses y medio, impulsó una nueva ley con el consentimiento en su centro y trascendió fronteras, despertando conciencias en el mundo entero sobre el largo camino aún por recorrer hacia la sana convivencia entre hombres y mujeres.

“¿Cómo debo llamarla?”, le pregunto cuando nos encontramos en París, un día gris pizarra de mediados de diciembre. “¿Madame Pelicot? ¿Madame Guillou?”. Estamos en el centro de la ciudad, en la casa elegida para la sesión fotográfica. Lleva posando para *Vogue* toda la mañana. Me inquieta, ya antes de empezar nuestra conversación, si debería omitir rotundamente el apellido de su exmarido. “Gisèle me va bien”, responde con una sonrisa. En la estancia se palpa el respeto —todo el mundo se emociona en su presencia—, pero ella desprende una luz y una alegría que nadie imaginaba. Hace tres días que cumplió 73 años. Sus ojos oscuros centellean y su corte bob rectísimo, del color cobre de una moneda nueva, se mece cuando habla. Se ha concedido, me dice luego, “permiso para ser feliz”. Viste con elegancia una chaqueta de ante verde oliva y una falda de punto con estampado geométrico (durante el juicio, cuanto más escuchaba que una mujer sometida a tales horrores no se ocuparía tanto de su aspecto, más combatía prejuicios con su cuidado atuendo). La acompaña su nueva pareja, Jean-Loup, y se lanzan de tanto en tanto miradas cariñosas. Es

bellísima. No lo digo tanto por comentar su físico sino para ensalzar su espíritu: transmite una palpable sensación de libertad y un optimismo casi sobrenatural a quienes la rodean.

Gisèle ha empleado los últimos 11 meses en escribir *Un himno a la vida* junto a su biógrafa, Judith Perrignon, unas memorias que califica de “crónica familiar”. Ha accedido a conceder algunas entrevistas con motivo de su publicación, y si bien está previsto que todas vean la luz simultáneamente en todo el mundo, los azares del calendario han querido que esta exclusiva sea la primera vez que se abre a un periodista. Soy consciente de ello y del peso que conlleva; le digo que iré con cuidado, que podemos descansar en cualquier momento. Resulta después que solo hay un instante en que se le saltan las lágrimas: cuando recuerda el coraje de su madre, que murió de un tumor cerebral cuando Gisèle era una niña. Mientras busca un pañuelo, apurada y deshecha en disculpas, me explica que descende de una larga estirpe de estoicos, proclives a “ocultar el llanto”.

Después me pregunté si mi preocupación tenía más que ver conmigo que con ella: no soy desde luego la única que, como mujer, se siente identificada. Frente a los juzgados de Aviñón, se apostaron durante meses cientos de simpatizantes de donde extrajo su fuerza. Llevaban pancartas, escribían grafitis: “Justicia para Gisèle, justicia para todas las mujeres”. Algunas lloraban. En cuanto a ella, había firmado un pacto consigo misma: “No me queda otra que ser invencible”.

Un día caluroso de septiembre en el sur de Francia, un guardia de seguridad del supermercado Leclerc de Carpentras se dio cuenta de que un hombre de pelo cano estaba grabando subrepticamente a las mujeres por debajo de las faldas cuando se inclinaban a coger productos de los estantes. Llevaba una cámara oculta en un bolso negro. El guardia avisó a la policía y animó a las mujeres a poner una queja. Una de ellas pensó que quizá no era para tanto: cuando vio al supuesto pervertido le pareció “un inocentón”. Mientras los agentes interrogaban ese día de 2020 a Dominique Pelicot en Carpentras, Gisèle estaba cuidando a sus nietos en París. También lo entrevistó un psiquiatra, y asombrado de la impasividad de Pelicot, aconsejó a la policía que investigase más a fondo. Lo primero fue confiscar los dos teléfonos móviles que llevaba encima y lo mandaron a casa, en el pueblo cercano de Mazan, mientras profundizaban en la investigación. En la inspección del segundo móvil, el sargento Laurent Perret descubrió para su sorpresa que no tenía tarjeta SIM, solo dos aplicaciones instaladas: Skype y Photos. Al abrir Skype, halló intercambios de mensajes con 72 hombres, todos bajo seudónimo, incluida la descripción exacta de la dosis de sedantes que Pelicot usaba para drogar a su mujer. Cuando Perret intentó abrir las fotos, empezaron a desaparecer súbitamente. Estaba claro que alguien en remoto las estaba eliminando. Activó rápidamente el modo avión para, sin conexión, poder conservar las pruebas.

Cuando Gisèle volvió de París, Dominique le contó lloriqueando su episodio de *voyeurismo*. “*Mais qu'est-ce qui t'a pris?*”, recuerda que le dijo. “¿Pero qué pasa contigo?”. Insistió en que tenía que pedirles perdón a estas mujeres e ir a terapia. También recuerda que, al mismo tiempo, pensó que “podría haber sido mucho peor”.

Al verlo tan abatido, creyó que iba a decirle que le habían detectado una enfermedad terminal. Eso la llevó a acordarse de su madre. “La muerte es lo único que me da miedo”.

Un mes después, Gisèle estaba de nuevo en París, cuidando a otro nieto, cuando la llamó el sargento Perret —un hombre, dice, “extraordinario”—, preguntándole cuándo estaría de vuelta en Mazan. Sería el 21 de octubre, contestó, y ofreció pasarse a verlo en cuanto volviese. La respuesta fue que no hacía falta: aunque entonces no reveló nada, Perret y sus compañeros aún tenían mucho trabajo por hacer: habían hallado más de 20.000 imágenes y vídeos en los dispositivos de Dominique Pelicot —muchos de ellos en una carpeta titulada ‘Abuso’— y les estaba llevando mucho tiempo analizarlo todo. Perret dijo que lo mejor sería acudir con su marido unos días más tarde, el 2 de noviembre (años después, Perret le contó a Gisèle que no pegó ojo en esos 10 días, suponiendo el peligro que corría, y tenía razón. Trascendió que Pelicot intensificó sus agresiones cuando se supo asediado por la policía. Gisèle fue violada el 3, el 10 y el 21 de octubre, sucesos ocurridos entre el arresto inicial en Carpentras y la visita conjunta a comisaría).

El citado 2 de noviembre, la pareja acudió en coche para, creía Gisèle, cumplir con una mera formalidad. Dominique fue interrogado primero y, media hora después, hablaron con ella a solas. El sargento Perret le preguntó por la relación con su marido, si alguna vez practicaban *swinging* (es decir, intercambio de parejas). Ella no entendía nada, rotundamente no. Acto seguido Perret le enseñó tres fotografías en las que una mujer inconsciente era violada por tres hombres diferentes. Ella llevaba un ligero que Gisèle no había visto nunca.

“No te das ni cuenta de lo que te están mostrando”, entra en materia una vez acomodadas en nuestros sillones, su gramática instintivamente formulada para introducir cierta distancia entre el momento concreto y el ahora. “Te dices: ‘No soy yo’. De hecho, mi terapeuta me explicó que mi cerebro disoció. Se evadió de la realidad y me llevó a mi vida antes de aquello. Quería irme a casa, ver a mi perro... Y entonces pensé que, obviamente, él vendría también. Era una broma pesada, las cosas volverían a ser como antes. Me llevó un tiempo darme cuenta de que no sería así”. “¿Cuánto tiempo?”, pregunto. “El sargento Perret y uno de sus compañeros me llevaron a casa. El desastre que me encontré era indescriptible, porque habían estado buscando sedantes. Me dijeron que no podía quedarme allí sola. Así que llamé a mi amiga Sylvie y vino enseguida. Tomó asiento. Y creo que fue entonces cuando pronuncié por primera vez la palabra ‘violación’”.

Dos avances posteriores resultaron cruciales. (1) Entre las imágenes encontradas en el ordenador de Pelicot había fotos de las esposas de sus dos hijos, tomadas con una cámara oculta al salir de la ducha, y dos fotos de su hija, Caroline, dormida y con ropa interior que esta no reconoció. Pudieron recuperarlas pese al borrado de una carpeta etiquetada como ‘Mi hija desnuda’. (2) Se supo que Pelicot ya había sido cazado en 2010 grabando por debajo de las faldas, cuando el matrimonio aún vivía cerca de París. Se le impuso una multa de 100 € y nunca se informó a Gisèle de aquella detención. Sin embargo, una ley aprobada unos años antes

*“Ojalá hubiese
sido un
CABRÓN para
poder decirme
a mí misma:
‘LO SABÍAS.
Sabías que era
un hombre
detestable’”.*

obligaba a los sospechosos a facilitar muestras de ADN, y el hisopado tomado ese día situó a Pelicot en la escena de un intento de violación en 1999: coincidía con una gota de sangre en el zapato de la víctima (la víctima, que usa el seudónimo de Marion, tiene la misma edad que Caroline, la hija de los Pelicot).

Q

Quien sabe por qué, estas pruebas nunca se archivaron correctamente y solo salieron a la luz durante la última investigación, 23 años después de los hechos. En consecuencia, otros casos sin resolver de los años 90 se han reabierto. Entre ellos se encuentra la violación y asesinato de Sophie Narme en 1991, en la que el agresor aplicó un *modus operandi* sorprendentemente similar al del atacante de Marion: un hombre concertaba una cita bajo un nombre falso para visitar un piso en París, con una agente inmobiliaria joven recién incorporada. Él la drogaba, tal vez con éter, le ataba las manos y colocaba cuidadosamente sus zapatos junto a su cuerpo, que yacía boca abajo en el suelo. Dominique Pelicot, que en aquel momento también trabajaba como agente inmobiliario, está siendo investigado oficialmente por ambos delitos, lo que extiende la cadena de sospechas a tres décadas atrás. Ha admitido la agresión sexual de 1999, pero niega haber cometido el asesinato. Se ha ordenado la exhumación del cuerpo de Sophie Narme.

Gisèle y Dominique se conocieron en el verano de 1971. Ella tenía 19 años; él, uno menos. Hacía ya 10 años que había fallecido la madre de Gisèle, hecho que, entendió más tarde, le insufló tanta fuerza como tristeza. Recuerda pensar que ya no le podía pasar nada peor. Ese verano de 1971 estaba reviviendo los escenarios de su infancia, visitando a su querida tía entre los castillos del Loira. Allí, en casa de esa tía, conoció a un joven electricista que habían contratado hacía poco. Nada más verlo, escribe en sus memorias, “supe que se iba a enamorar de mí”. Ambos habían crecido a la sombra de la posguerra, ambos habían dejado de estudiar en la adolescencia y empezado a trabajar. “Era el primer hombre de mi vida y yo era su primera mujer también”, me cuenta. Se hicieron amantes y “almas gemelas” aunque en cuanto a carácter, admite, ella era más optimista y “él tendía a pintarlo todo en negativo”. Cuando se casaron dos años después, “fue como escapar juntos de nuestras desgracias”.

Dominique se había criado en un *château* abandonado en medio del bosque, reconvertido en asilo para veteranos de guerra con discapacidades y enfermedades mentales —su padre era el guardés del lugar, lo que desataba las burlas despiadadas de sus compañeros de colegio—. Para llegar a fin de mes, sus padres decidieron acoger a otro niño. Años después, a Gisèle y Dominique les asaltó la duda de si el padre abusaría del crío, todo ello en la cara de su infeliz madre. “La tiranía era lo único que mantenía unida a su familia”, escribe Gisèle sobre su exmarido.

Durante el juicio, descubrió más cosas del pasado de Dominique que este jamás le había contado. En una acampada familiar, vio como su padre forzaba a su madre a practicarle una felación, esta con las manos atadas a la espalda. Durante un ingreso suyo en el hospital, con ocho años, se despertó atragantándose con el pene de un enfermero. Mientras trabajaba de adolescente en una obra, presenció una violación en grupo y le invitaron a participar. “Cuando me enteré de todo eso, me di cuenta de que era una bomba de relojería”, dice Gisèle ahora.

En ese momento, ella no sabía nada de esto. La pareja se instaló a las afueras de París, tuvieron tres hijos y, con el tiempo, siete nietos (uno nacido con su abuelo ya en la cárcel). Gisèle ascendió en la administración de la compañía nacional eléctrica hasta llegar a ser el principal sostén económico del hogar. Dominique dio muchos tumbos profesionalmente —electricista de oficio, abrió su propio negocio, de ahí a la inmobiliaria y a las deudas—, pero se ocupaba mucho de la casa. En retrospectiva, su hija, Caroline, veía que la hacendosidad de Dominique excluía completamente a su mujer: hacía la compra, cocinaba, abría el correo.

De esa manera podía ocultar su endeudamiento y detectar la ocasión de salir solo o de poner droga en las comidas.

En 2013, se retiraron al sur de Francia. Alquilaban una casa amarilla con contraventanas azules en la localidad de Mazan, donde, curiosamente, se conserva la residencia familiar del marqués de Sade. La del matrimonio tenía piscina y un bonito jardín. Para sus hijos, Dominique era el padre jovial de las barbacoas, el que salía temprano a pasear con la bici y disfrutaba pintando en su tiempo libre. Lo asociaban con salir a tomar algo a la terraza y jugar por la noche todos juntos al Trivial Pursuit. Después quedó claro que había convencido a su esposa de mudarse allí con la intención de aislarla. Pero, entonces, ella no tenía ni idea. Le diría al magistrado que en los últimos años “hacían el amor cinco o seis veces al mes”. “Llevábamos una vida agradable, después de todo”, dice Gisèle ahora, repasando sus años de casa-

da. “Creo que él era feliz”. “Durante 40 años estuve casada con un buen hombre”, continúa, restando los últimos 10 de 50 años de matrimonio. “Las amigas me decían: ‘Oye, ¿no tendrá por ahí un hermano?’”. Cocinaba, era manitas, deportista, ordenado... Tenía muchas buenas cualidades”. Cuando se destapó la verdad, la gente solía decirle: “Señora Pelicot, te tenía sometida”. Ella no lo ve así. “Nunca. Químicamente sí, pero psicológicamente, no. Eso es lo más terrible. Ojalá hubiese sido un cabrón para poder decirme a mí misma: ‘Lo sabías. Sabías que era un hombre detestable’”.

Durante el juicio, el psiquiatra que examinó por primera vez a Dominique Pelicot sostuvo que tenía una personalidad múltiple, que estaba “partido en dos”. Aunque no todos los expertos estuvieron de acuerdo, Gisèle le ve sentido. “Había una cara A y una cara B”, explica. “Nunca vi la cara B. La descubrí durante el juicio”. En diciembre de 2024, Dominique Pelicot fue sentenciado a 20 años de prisión, la pena máxima en Francia para el delito de violación. En su libro, Gisèle anota las preguntas que le haría a su exmarido si alguna vez lo visitase allí dentro, aunque muchas voces se lo desaconsejan. Entre esas dudas, están: “¿Abu-



*Camisa de algodón, de
CHARVET; pantalón de
lana, de SÉZANE; zapatos
de piel, de AEYDE;
y medias de FALKE.*



“Aunque llegado un punto resurjas de tus CENIZAS, el pasado no se puede borrar. Forma parte de nosotros”.

saste de nuestra hija?”, “La noche que llegaste a casa llorando, ¿fue la noche en que intentaste violar a esa joven?”, “¿Has matado a alguien?”. “No he ido a verlo a la cárcel”, desarrolla. “Con todo el juicio y... en realidad, necesito mi tiempo antes de poder verlo de nuevo. Pero estoy intentando entender. Me digo a mí misma que él tenía la clave, que podía haberse planteado ‘voy a buscar ayuda, algo no va bien, ¿por qué soy así?’”. “¿Crees que tu marido es capaz de matar?”, le pregunto. “De verdad, ojalá que no”, prosigue. “No tengo la respuesta a eso. Porque sí, hay todas estas sospechas en el aire, creen que ha sido él, pero ojalá que no sea culpable. Lo primero de todo, pienso en la familia, creo que solo sigue viviendo la madre, la chica murió hace 30 años. Sé que van a exhumar su cuerpo. Solo espero una cosa: que encuentren el ADN del tipo que lo hizo”. Si este coincidiera con el de su exmarido, sería “otro descenso al abismo”. Pero, por ahora, Gisèle se reafirma en que “sus memorias permanecerán. Aunque llegado un punto resurjas de tus cenizas, el pasado no se puede borrar. Forma parte de nosotros”.

L

os crímenes de Mazan podrían desglosarse en dos eventos entrelazados: uno doméstico, otro social. En el primer caso, construimos la imagen del agresor como la de un monstruo. En el segundo, los violadores fueron tan numerosos que cualquier intento de patologizarlos resulta baldío. Fueron tantos y tan variados los cómplices de Dominique Pelicot que nos aturde la terrible banalidad de sus actos y lo fácil que se lo puso la sociedad en su conjunto. “Todos los días hay alguien que me da las gracias por mi valentía”, dijo Gisèle en la sala. “Quiero decirles que esto no es valentía, sino el profundo impulso y determinación de cambiar nuestra sociedad patriarcal y sexista”.

Entre los 50 acusados que comparecieron ante el tribunal, los denominadores comunes eran escasos (uno de los 53 hombres identificados fue juzgado *in absentia*; otro murió de cáncer, y otro se suicidó antes de que comenzara el juicio). Sus edades oscilaban entre los 26 y los 74 años (uno tenía 22 años en el momento del delito). Sus abogados defensores retrataron a algunos como víctimas de abusos durante la infancia y a otros como adictos. Algunos habían pasado sus primeros años en centros de acogida, otros habían vivido en la calle. Pero esto no era cierto en todos los casos. Divergían en clase social, origen étnico y nivel de estudios. Algunos tenían antecedentes de violencia machista, otros poseían imágenes de pornografía infantil y uno había cumplido condena por violar a su hija de 17 años. Uno drogó y violó a su propia esposa siguiendo las instrucciones de Pelicot y se la ofreció a este; otro propuso a su madre como posible víctima. Un individuo, que repitió seis veces, era seropositivo (Gisèle dio negativo en la prueba médica posterior). Si hubo algún tema común que llamara especialmente la atención fue el hecho de que muchos de ellos eran

servidores públicos: enfermeros, bomberos, un alcaide de prisión, un periodista, un soldado; que dos tercios de ellos eran padres; que la mayoría vivía en un radio de 50 kilómetros de la casa de la víctima; y que afirmaban no tener ni la intención ni la conciencia de estar cometiendo una violación. Aunque algunos de ellos dijeron que notaron algo anormal, ninguno dio la voz de alarma. Lo que se juzgaba, dijo Gisèle, era la “cobardía”.

En diciembre de 2024, todos los imputados fueron declarados culpables y recibieron penas de entre tres y quince años. Muchas de las personas que siguieron el juicio consideraron que las condenas eran demasiado blandas. Seis ya habían cumplido con la prisión preventiva y quedaron en libertad; diecisiete intentaron apelar y uno de ellos, Husamettin Dogan, lo consiguió, lo que prolongó el tormento de Gisèle un año más. “Creo que siguen sin entenderlo”, analiza ella. “La mayoría no entienden que fueron violadores”. El fiscal del juicio de apelación, que se celebró en Nîmes el pasado octubre, pidió aumentar la pena de Dogan, argumentando que su negativa a reconocer su delito no solo legitimaba una agresión a una mujer concreta, sino “todo un sórdido sistema social”. A diferencia del primer juicio en Aviñón, supervisado por cinco magistrados profesionales, el juicio de apelación contó con un jurado popular, y esta vez la ciudadanía pudo dar su opinión. Cinco hombres y cuatro mujeres ampliaron la pena de Dogan de nueve a diez años.

Pese a lo vivido, Gisèle se resiste a prejuizar. “Que esto me haya sucedido a mí y que hubiera 51 degenerados en la sala, más al menos otros 20 fuera, no significa que tengamos que poner a todos los hombres en el mismo saco”, dice. “Porque muchos se cuestionaron a sí mismos a raíz de este juicio. Se preguntaron: ‘¿Qué valemos nosotros si estos hombres fueron capaces de hacerle eso a esta mujer?’”. Uno se me acercó al salir del juzgado en Aviñón. Me dijo: ‘¿Sabes? Me avergüenzo de ser hombre’. Yo le respondí: ‘No, no todos los hombres son así, y estoy segura de que tú no lo eres’.

La historia de la misoginia en Francia descende desde el trato brutal que se dispensó a Juana de Arco y las mentiras morbosas sobre María Antonieta hasta las novelas de Michel Houellebecq o la tardía adopción del movimiento #MeToo. Dominique Pelicot afirmó durante el juicio que “uno no nace un perverso, sino que se convierte en uno”, un giro sobre el famoso *dictum* feminista de Simone de Beauvoir. Su abogada, Béatrice Zavarro, buscó demostrar que su pasado lo había forjado de esa manera, pero había una cruel ironía en la referencia. La idea de De Beauvoir –“No se nace mujer, se llega a serlo”– era que la biología no determina el destino y que la feminidad se construye dentro de parámetros fijados por los hombres. El caso Pelicot demostró que esa reflexión sigue siendo tan relevante hoy como cuando la escribió en 1949. En Francia, el 94 % de las violaciones nunca llegan a los tribunales y hasta 2021 no existía una edad de consentimiento sexual –mantener relaciones sexuales con una persona menor de 15 años era ilegal, pero no se clasificaba como violación–. En el momento del juicio de Mazan, el consentimiento ni se mencionaba en la legislación que afecta al delito de violación. Lo que había que demostrar,

en cambio, era la existencia de “violencia, coacción o sorpresa”. Esto permitió a los agresores —muchos de los cuales decían no recordar siquiera haber visto la cara de su víctima— marear la cuestión, a pesar de la existencia de evidencias en vídeo de sus actos. Entre los abogados defensores había varias mujeres (la atacaron con una inquina que a Gisèle todavía le cuesta comprender) y una de ellas incluso ha sido suspendida tras publicar un vídeo en redes sociales en referencia a Gisèle donde hacía mofa con mímica al ritmo de *Wake Me Up Before You Go-Go*. Varios procesados dijeron ser expertos participantes de la escena *swinger* y argumentaron que normalmente era el marido el que negociaba los términos. No pensaron que necesitasen también el consentimiento explícito de la mujer. La cuestión del consentimiento llevaba mucho tiempo colándose en los debates legislativos y, finalmente, impulsada por el caso de Gisèle y casi un año después de que terminara el proceso, la ley cambió. Desde octubre de 2025, en Francia se entiende por violación cualquier acto sexual no consentido. Como señaló una de las coautoras del nuevo texto, el cambió en la definición legal llevó al país “de una cultura de la violación a una cultura del consentimiento”.

Sin embargo, Gisèle no tarda en resaltar que, como alumbraban las cartas que recibió desde el mundo entero durante el juicio, las actitudes misóginas existen “en todo el globo”, no solo en su país. Por poner un ejemplo reciente, semanas después de esta entrevista, Philip Young, de 49 años, un exconcejal Tory del condado inglés de Wiltshire se declaró culpable de drogar y violar a su exmujer a lo largo de 13 años. Se acusó a cinco hombres más de agredirla sexualmente. Muy posiblemente inspirada por la fortaleza de Gisèle, Joanne Young declinó su derecho al anonimato. La primera no puede sino empatizar con las mujeres del entorno de sus violadores —esposas, parejas, madres—, quienes abandonaron la sala al completo llegado el momento de reproducir los vídeos. “Son como yo, están en negación”, reflexiona, volviendo a analizar con lucidez su reacción inicial. Imagina lo que implica en muchos casos para sus situaciones económicas y los niños y niñas que están criando. Se hace cargo de que no es fácil separarse cuando se depende del marido. “Les diría: estad alerta”, concluye.

U

n elemento significativo de los crímenes de Mazan fue la existencia de una página web, Coco.fr, que después cambió de dominio a la isla británica de Guernsey. Dominique Pelicot reclutaba hombres en un foro llamado ‘À Son Insu’ [Sin que ella lo sepa]. El sitio, abierto desde 2003 hasta su clausura en 2024, permitía a los usuarios reunirse de forma anónima y ejercer sus sesgos y deseos con impunidad. Se vinculó a 23.000 procesos penales en Francia, entre ellos tráfico de drogas, agresiones sexuales, ataques homófobos, pedofilia, prostitución de menores y homicidio (los magistrados a cargo del juicio a Pelicot se refirieron erróneamente a Coco como “una web de citas”). Su fundador,

que había adquirido la ciudadanía italiana y se trasladó a Bulgaria, fue arrestado en enero de 2025 por múltiples cargos que abarcan desde complicidad en el tráfico de drogas y distribución de pornografía hasta blanqueo de capitales, todos los cuales niega. Gisèle señala que muchos de estos foros todavía siguen en funcionamiento y que su alcance excede las fronteras de Francia. “Cerraron Coco, ¿pero cuántos otros se habrán reabierto en la sombra?”, clama. “Hay muchísimos, en todo el mundo. Es una auténtica lacra. Hay que clausurarlos”.

¿Y qué más se puede hacer? “Tenemos que educar a nuestros hijos e hijas”, continúa. “Debemos protegerlos, darles amor y educarlos, porque eso es lo que va a construir el mundo del mañana. Sabemos que nuestros hijos, menores de 9 o 10 años, tienen acceso a imágenes pornográficas que son absolutamente abyectas y espantosas. ¿Qué efecto tiene eso en la mente de un niño? Niños y niñas tienen que aprender a convivir y respetarse mutuamente porque son iguales. A las mujeres siempre se nos ha considerado inferiores, así nos ha querido siempre la sociedad. Una mujer no es un objeto, es un ser humano”. Ella no pierde la esperanza: “Tengo fe en la humanidad”, dice. “La sociedad va a cambiar a mejor”.

Hay una pregunta que le plantean con frecuencia: ¿cómo pudo no darse cuenta de lo que le estaba pasando? No solo interesa a sus detractores, sino también a mujeres que proyectan sobre ella las huellas sensoriales que, en sus casos, registraron sus cuerpos. “Hoy en día hay mucha gente que llega incluso a decirme: ‘¿Pero cómo no te enteraste?’”, remueve. “Dicen: ‘Me parece raro; yo me habría dado cuenta’”. La palabra en francés que usa Gisèle para describir sus lagunas es “*absence*”, similar a la española. No se dio cuenta del daño ritualizado que le infligió su marido durante una década porque vivía “ausente”. Dominique Pelicot le administraba regularmente de 4 a 10 pastillas del ansiolítico lorazepam y multiplicaba por cuatro la dosis recomendada de zolpidem, un medicamento para

dormir. “Da terror pensar en las dosis”, rumia Gisèle ahora. “Te preguntas cómo tu cuerpo ha sido capaz de aguantarlo. No creo que hubiese durado mucho más”. Describe que, a veces, era como “una muñeca de trapo” y las violaciones se producían cuando quedaba en este estado. Otras veces, se manejaba como sonámbula, tanto que un día que fue a cortarse el pelo, su peluquera creyó, muy preocupada, que le estaba dando algún tipo de ictus. En otra ocasión, su hijo menor, Florian, estaba a punto de marcharse a casa tras una visita a Mazan con su familia cuando la vio con la mirada perdida, el brazo deslizándose solo del apoyabrazos de la silla, como si estuviera hipnotizada. Dominique le había traído una copa de vino rosado poco antes. “No te preocupes, estoy acostumbrado”, dijo el marido. “Solo está cansada”.

Dominique Pelicot declaró en la sala que su fantasía era “someter a una mujer insumisa”. Fue mucho más allá, desde luego, hasta una denigración absolutamente alevosa. Le decía a los desconocidos que invitaba a violarla que quería vengarse de ella por haberlo engañado con otro décadas atrás. Noche tras noche, le arrebató el control de su cuerpo. Luego, se enfocó en su mente. Cuando Gisèle se dio cuenta de que estaba sufriendo pérdidas de memoria —a veces, cuenta, se esfumaban días enteros—, acudió a consultar a un neurólogo tras otro. ¿Sería alzhéimer? ¿Un derrame? ¿Un tumor cerebral, como el que acabó con la vida de su

*“Si alguien
me hubiera
dicho que iba a
ENCONTRAR
EL AMOR
a esta edad, no
lo habría creído”.*

madre? Cada médico le daba una opinión diferente. Debido a que padecía ciertos problemas ginecológicos, buscó también respuestas en esta área. No se le practicó ningún test de enfermedades de transmisión sexual hasta que la policía destapó lo sucedido, y resultó que Gisèle llevaba años lidiando con las consecuencias crónicas de hasta cuatro de ellas. Esta demencial cruzada médica duró casi una década, y Dominique la llevaba diligentemente en coche a cada cita, aprovechando para despistar a los especialistas. “Mi cuerpo me estaba diciendo lo que pasaba, pero no entendí el mensaje”, escribe ella en su libro.

“Qué fue peor –le pregunto–, ¿el daño físico o el mental?”. “Creo que las cicatrices físicas sanarán más rápido, quizá. La mente, es complicado. El dolor no es el mismo. Creo que las penas del alma son más difíciles de gestionar”. Quiero saber más sobre la relación que tiene con su cuerpo. Me habla de su madrastra, de lo fea que le hacía sentir; de cómo ocultaba el pecho en la adolescencia porque todas querían parecerse a Twiggy; de crecer “un poco acomplejada”; de que al conocer a Dominique, sintió que su mirada le decía: “Sí, va a resultar que eres guapa”.

Hay un pasaje en sus memorias que intentó eliminar. Relata la aventura que mantuvo con un compañero de trabajo, Didier, que inició a los 35 y duro tres años más. “Descubrí nuevas sensaciones”, escribe, “sobre todo, mi primer orgasmo”. Después de haberle contado aquello a su biógrafa, se arrepintió: “Le dije a Judith: ‘¡No, eso no puedo contarlo! Quítalo, es irrelevante’”. Perrignon argumentó que ayudaría a muchas mujeres. Siguió el tira y afloja hasta que Gisèle lo habló con Jean-Loup y él la convenció de dejarlo. Impacta que su nueva pareja sea el responsable de que salga a la luz su historia personal con el placer, pero ella me insiste varias veces en que es “muy pudorosa”. Da igual que mucha gente haya visto en vídeo cómo la violaban: para ella, este detalle íntimo se pasaba de la raya.

Gisèle no alcanza a contar los miles de cartas de apoyo que recibió de todos los rincones del mundo. En algunas, el remite apenas rezaba “Gisèle Pelicot, Aviñón”, y aun así llegaron. Le concedieron la Legión de Honor, el máximo reconocimiento civil del estado francés, y muchas han sido las personalidades influyentes que han destacado su figura a nivel mundial. Gisèle, que no cree en Dios, ha llegado a convertirse en una especie de mártir del pueblo, casi como una santa medieval. La gente se le acerca solo para tocarla. “¡Cómo si fuera la Virgen María!”, ríe perpleja. “Como buscando que se les contagie parte de mi energía”. Se ha desprendido de la palabra “víctima” y reniega de términos como “heroína” o “icono”. “Superviviente, sí, porque si él hubiese continuado, no creo que estuviese hablando contigo aquí hoy; pero de todas prefiero la palabra “símbolo”, porque lo que más valoro ahora es haber dado voz a las mujeres”. Dado el hecho de que 20 de sus violadores campan en libertad, tal fama es un arma de doble filo. Cuenta que, al poco de arrancar el juicio, almorzó con sus abogados en un restaurante de Aviñón y, al pedir la cuenta, el camarero le dijo que ya estaba pagado. Señaló al responsable del amable gesto, Gisèle se acercó a él y le dijo que muchas gracias pero no, no podía aceptarlo. El hombre insistió, dijo, porque eran vecinos. De repente, se le cruzó por la cabeza un pensamiento terrible: ¿y si era uno de los violadores que nunca lograron arrestar? Enseguida se dijo a sí misma: “Para. O te vas a volver loca del todo”.

El sargento Laurent Perret llegó a lamentarse de que, al descubrir los crímenes de Dominique Pelicot, “salvó a una víctima pero destruyó a una familia”. Gisèle y sus hijos han ido asimilando la horrible realidad de los hechos a distintos ritmos. Ella pudo divorciarse de su marido, pero no hay posible divorcio de un padre. Su descendencia, además de verse obligada a reescribir su pasado, carga ahora con la pesada tarea de lidiar con su herencia genética. Caroline, que se parece más a su padre que a su madre, ha escrito dos libros sobre su experiencia bajo el seudónimo de Caroline Darian. También ha creado una organización llamada #MendorsPas (“No me duermas”) que lucha contra la “sumisión química”, una expresión que se ha vuelto tristemente familiar en Francia y fuera de ella. Segura de que su padre la drogó también y posiblemente la violó, Caroline ha quedado en el limbo de lo no probado. Aunque apoyó a su madre en los tribunales, rompió la relación con Gisèle después, describiéndose a sí misma como la “víctima olvidada del juicio”. La mayoría de la causas por violación se reducen a la palabra de la víctima contra la del presunto agresor, ya que esa es, en gran medida, la evidencia disponible. Gisèle, en cambio, contaba con una enorme cantidad de docu-

mentación, aunque sin memoria de los hechos. Es muy posible que su caso haya subido tanto el baremo en cuanto a la necesidad de pruebas que coloca en clara desventaja a quienes carecen de ellas.

En esta tesitura se encuentra uno de los nietos, cuyo caso contra Dominique Pelicot ha sido archivado, y Caroline, que ha presentado nuevos cargos contra él por presunta sumisión química y violación. La abogada que ha elegido para este nuevo asalto penal es Florence Rault, quien también está a cargo de los casos de intento de violación y asesinato de la década de 1990. Dominique ha negado las acusaciones de Caroline así como cualquier comportamiento inapropiado con sus nietos. Tras enfrentarse a su padre en el banquillo en Aviñón sin resultados, Caroline creyó que

Gisèle, más cauta por naturaleza, la había “abandonado” al no apoyarla explícitamente. En su primer libro, *Y dejé de llamarte papá*, describe cómo la recibió su madre cuando regresó de ver en comisaría las dos fotos en las que aparecía dormida: “¿Estás segura de que eres tú?”, reaccionó Gisèle con indiferencia. Caroline concluye: “Entonces entendí que mi madre había elegido la negación”. El hermano mayor, David, afirma que todo lo sucedido en los últimos años ha “aniquilado” a la familia. “Están llenos de odio y de ira, pero yo no”, responde Gisèle a esta cuestión. En *Un himno a la vida*, califica la relación con su hija de “terriblemente complicada” y escribe que Caroline debe estar “aterrorizada de por vida” tras ver las imágenes de cómo violaron a su madre.

La asombrosa capacidad de Gisèle para sobrevivir a esta experiencia, que millones admiran, podría servir a ciertos patrones que terminan por alienar o frustrar a sus hijos. Quizá solo es capaz de procesarlo todo de capa en capa, parte por parte, comenzando por lo que le hicieron a ella. En enero de este año, Caroline informó de que las relaciones entre ambas se habían “suavizado”, añadiendo que, aunque había sido muy difícil para su madre contemplar la idea de que su padre pudiera haber caído incluso en el incesto, “ella jamás tuvo la culpa”. “Mi deseo es que el sufrimiento de Caroline disminuya con el tiempo”, me dice finalmente Gisèle. “Por ella y por su familia, especialmente por

“Señoras,
todavía tenemos
derecho a ser
FELICES.
Yo soy la prueba
de que todo es
POSIBLE”.

“Quiero devolverle la dignidad al apellido Pelicot para que mis nietos y, más aún mis nietas, estén ORGULLOSAS de llevarlo”.

su hijo. Para mí, ser positiva significa luchar contra el sufrimiento y la ira. No significa olvidar ni perdonar, ni minimizar o negar el daño y la violencia. Significa luchar para que ellos no ganen, para que no destruyan a todas las generaciones”. Gisèle sí sigue muy cerca de su hijo Florian. Hace años, cuando este gestionaba el negocio del padre, solía acudir al rescate cuando Dominique tenía problemas informáticos. En una de esas ocasiones descubrió una carpeta llamada “Braguitas de Martine”. Estaba vacía. La identidad de Martine sigue siendo un misterio.

E

n junio de 2023, un año y tres meses antes del juicio, Gisèle conoció a Jean-Loup, un auxiliar de vuelo jubilado de Air France, a través de amigos comunes en la Île de Ré. Tenían el mismo tipo de perro, un bulldog francés, y les gustaba la misma música. Jean-Loup sabía de sus circunstancias y él mismo había atravesado unos años muy duros: su esposa había fallecido unos meses antes, tras una larga enfermedad durante la cual fue su cuidador. Decidieron tomárselo con calma aunque enseguida estrecharon lazos. Más tarde, él comentaría que fue bueno conocerse antes del juicio, porque después ella llegó a ser tan famosa que nunca se habría atrevido a invitarla a tomar café. “Si alguien me hubiera dicho que iba a encontrar el amor a esta edad, no lo habría creído”, me dice Gisèle. “El amor de mis nietos, sí, pero el amor de otro hombre... jamás se me habría pasado por la cabeza”. Había dejado completamente aparcada lo que ella llama “mi vida como mujer”. Pero el universo, expresa, tenía otros planes. Ahora Gisèle quiere dar esperanza a las mujeres de su edad que piensan que sus vidas ya han terminado. “Estoy diciendo: ‘No, señoras, todavía tenemos derecho a ser felices. Yo soy la prueba de que todo es posible’”.

Me asombra cómo tuvo ganas de fiarse de otro hombre. “Confío plenamente en él”, responde. “Nunca pienso: ‘Quizá debería tener cuidado porque lo aposté todo al señor Pelicot y mira...’. Nunca”. Luego arquea una ceja y espeta con franqueza: “Digo yo, ¡eso no me va a pasar cada cinco minutos! No todos son tan retorcidos”. Pero ¿se puede llegar a conocer del todo a otra persona?, replico. “No veo a Jean-Loup capaz de ocultarme nada. Siento que somos casi gemelos”. Algo similar dice en su libro, recuerdo, pero hablando de Dominique. Entonces matiza: “Pero creo que nunca se conoce del todo a otra persona, porque el señor Pelicot estaba dividido en dos. Puede que todo el mundo guarde cierta parte de sí que permanece velada. Tal vez cierta tristeza que no queremos mostrar. O muchas otras cosas de ese tipo. Yo no tengo secretos, pero quizá otras personas necesitan tenerlos”.

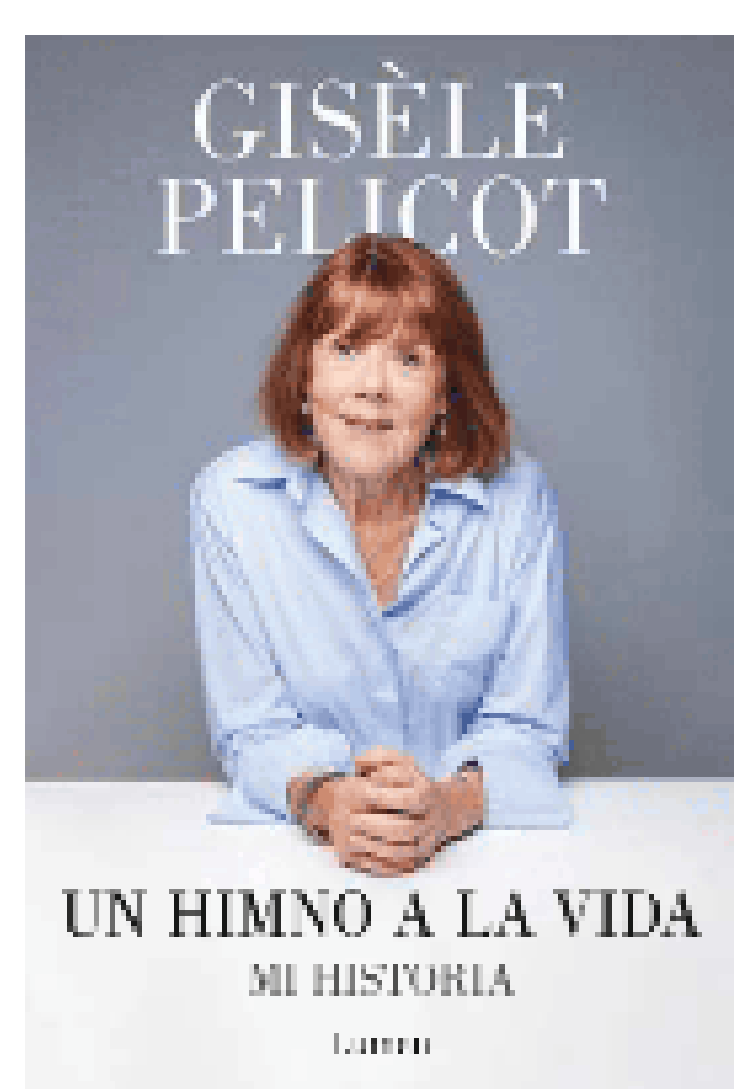
En su libro, Gisèle se refiere a su exmarido como Dominique (su divorcio se formalizó el primer día del juicio). Pero en nuestra charla, lo llama “Monsieur Pelicot”. Le pregunto si es por respeto o por distancia. “¿Respeto? No”, responde. “Es más bien para mar-

car distancias. Pero también es mi manera de decir que sigue siendo un ser humano. Porque es fácil pensar que es un monstruo, pero para mí no lo es: es un ser humano, a pesar de lo que ha hecho”. ¿Cree en el mal? “No quiero pensar en el mal”, dice. “Creo que hay personas con malas intenciones”. ¿Lo perdona? “Perdonar va a ser difícil”, reflexiona. “Incluso imposible. Pero no quiero vivir con odio. Quiero pasar página. Donde está ahora, está pagando su deuda con la sociedad”.

Varias veces durante la entrevista, Gisèle usa la palabra “impensable”. Se refiere al hecho de que jamás nadie podría haberse imaginado que crímenes tan desnaturalizados fueran la causa de sus síntomas. Sin embargo, tiempo después me digo que ese “impensable” quizá denote también la imposibilidad de asimilar lo sucedido, o incluso que regodearse en ello no sirve de nada. Impensable, insoportable, pensar siquiera en ello. Me impresiona que diga que Jean-Loup es solo el tercer hombre con el que se ha acostado, pese a saber que la violaron docenas de ellos; que cuando se mostraron los dichos videos en el juicio, le diese vergüenza que la vieran roncar; que cuando le pregunto si su marido sería capaz de matar, compadezca el cuerpo de Sophie Narme y no el suyo propio, puesto en constante peligro. Podríamos tildarlo de negación, ella misma ha usado esa palabra. Pero Gisèle ya ha plantado cara a muchísimo. Tal vez haya en marcha otra intención: la voluntad de dar la vuelta a su propia indefensión. Al contar su historia de este modo, quizá busque agarrar de nuevo el timón de su relato consciente. No solo se la recordará por lo que le hicieron cuando estaba inconsciente: recuperará así su capacidad de decisión y narra desafiante su experiencia consciente. Ha vuelto a usar su apellido de soltera en la esfera privada pero mantiene el de casada en su proyección pública porque, explica, quiere devolverle la dignidad para sus nietos y, más aún, para sus nietas. “Quiero que estén orgullosos de llevar el apellido Pelicot. Se va a recordar mucho más a Gisèle Pelicot que a Dominique Pelicot”.

Todavía hay luz y sopla un aire tibio cuando salimos a la calle. “¿No es una suerte poder vivir esto?”, dice Gisèle, sonriendo, mientras repasa mentalmente el día. “Las pequeñas alegrías cotidianas que dan vida a un día así... *c'est magnifique*”. “¿De verdad te consideras afortunada?”, le pregunto. “Sí”, confirma. “Creo en las fuerzas del universo. Estoy convencida de que algo debió protegerme, porque podría haber muerto cien veces”. Por un momento reflexiona sobre lo que me ha contado en las últimas

horas. “Si no hubiera perdido a mi madre, seguramente no habría conocido al señor Pelicot. La vida decidió que fuera de esa otra manera, así que acepto ese recorrido. No me arrepiento de nada. Cuando me miro al espejo, me digo: ‘Estamos bien, tú y yo. No es para tanto, después de todo’”.



‘Un himno a la vida’, de Gisèle Pelicot (ed. Lumen) estará disponible en España desde el 17 de febrero.

Camisa de CHARVET.

Peluquería: Diego Da Silva.

Maquillaje: Sandrine

Cano Bock. Diseño del

set: Natalie Turnbull.

Producción: 360PM.



Athiec Geng lleva traje de ALTUZARRA; camisa de TURNBULL & ASSER; zapatos y bolso, ambos de ALTUZARRA; pendientes de ALEX MONROE; collar con bolso pequeño, de COACH; y anillo de ILARIA ICARDI.

ÚTIL Y CON ENCANTO

El vestuario de TRABAJO se renueva gracias a diseños DIVERTIDOS y con múltiples CAPAS combinados con prácticos BOLSOS que aportan el toque final. Fotografía OLIVER HADLEE PEARCH. Estilismo CARLOS NAZARIO.



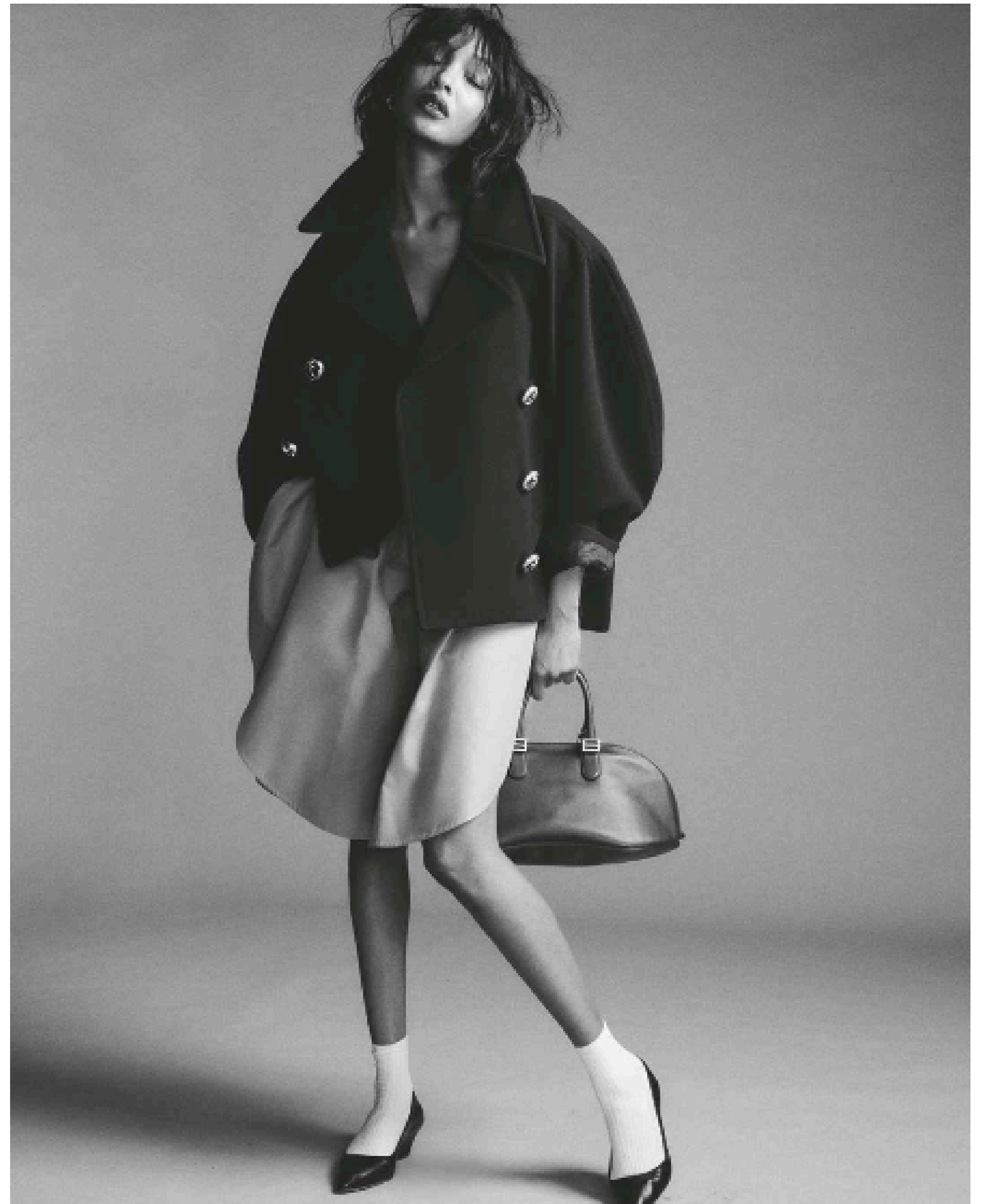
*Libby Bennett
lleva chaqueta,
casco y bolsos, todo
de CELINE; falda
y bufanda, ambas
de POLO RALPH
LAUREN; y zapatos
de CHURCH'S.*

*Athiec lleva chaqueta de
POLO RALPH LAUREN;
jersey de CELINE; y
pantalón y botas, todo de
ALTUZARRA; gafas
de sol, de PHOEBE PHILO;
cinturón de KHAITE; bolso
de COACH; pendientes de
ALEX MONROE; y
anillo de LUCY DELIUS.*



*Jil Korteve lleva
chaqueta y bolso, ambos
de SPORTMAX;
camiseta sin mangas de
MSGM; pantalón de
ALTUZARRA; cinturón
de KHAITE; collar con
bolsito, de COACH;
collar y anillo, ambos de
ILARIA ICARDI; y
collar de LUCY DELIUS.*





Arriba a la izda., Jourdan Dunn lleva chaqueta y vaqueros, ambos de SPORTMAX; jersey de cuello alto, de COMMANDO; camisa de MARIA McMANUS; y bolso de MIU MIU. Arriba a la dcha., abrigo, 'shorts' y bolso, todo de BALENCIAGA; zapatos de THE ROW; y pendientes de TIFFANY & CO.

*Libby lleva chaqueta, top
y bolso, todo de LOUIS
VUITTON; vaqueros
de CELINE; y cinturón
B-low, de THE BELT.*





*Grace Hartzel lleva 'total
look' de CHANEL.*



Lexi Boling lleva americana, camisa, pantalón y bolso, todo de BOTTEGA VENETA; pañuelo de TOD'S; y cinturón de THE BELT.

*Bhavitha Mandava lleva
traje y camisa, ambos de
GIORGIO ARMANI.*





*Mia Armstrong lleva jersey,
camisa, 'shorts' y collar,
todo de LORO PIANA;
bolso de KHAITE.*



*Grace lleva camisa, camiseta,
pantalón y bolso, todo
de PHOEBE PHILO.*





*Bhavitha lleva abrigo,
americana, chaleco y
vaqueros, todo de
BURBERRY; camisa de
TURNBULL & ASSER;
cinturón de TORY BURCH;
bolso de PRADA; collar
de COACH; y anillo de
PEBBLE LONDON.*



*Arriba a la izda., Grace lleva
'total look' de THE ROW;
y reloj de OMEGA.
A la dcha., Lexi, con
'total look' de MICHAEL
KORS COLLECTION.*

*Athiec lleva chaqueta de
GUCCI; chaleco y bolso,
ambos de THOM BROWNE;
camisa de STELLA
McCARTNEY; falda
de KHAITE; cinturón de
TORY BURCH; y zapatos
de HERBERT LEVINE.*





*Libby lleva 'total look'
de LORO PIANA.*

*Peluquería: Damien Boissinot.
Maquillaje: Thomas de
Khuyver. Manicura:
Ami Streets. Producción:
Partner Films. 'Set design':
Andrew Tomlinson.
Costurera: Michelle Warner.*

¡JO, QUÉ ÉPOCA!

El hedonismo y la nocturnidad inherentes a la MOVIDA han opacado a veces el innegable peso de la obra artística que se dio en nuestro país en los 80 en torno a los valores de LIBERTAD y TRANSGRESIÓN. Ahora, un grupo de jóvenes vinculados a la cultura actúa para conservar y homenajear esa etapa en un museo. Por CECILIA CASERO.



Bajo estas líneas, 'Rapelle-toi' (1987), de Ouka Leele.



© OUKA LEELE, VEGAP, MADRID, 2026.



La Asociación Amigos para la Creación de un Museo de la Movida Madrileña (AACMM) nació, como no podía ser de otra manera, en los bares. Y no es, como cabría esperar, fruto del frenesí grupal azuzado por el alcohol, sino más bien porque era en ese escenario natural en el que Carlota Casado (Madrid, 1989) se encontraba con más frecuencia con la pregunta que tantas veces le ha tocado enfrentar en calidad de hija de la Movida –lo de hija es bastante certero, ya que la madre de la directora de arte y colaboradora habitual de Pedro Almodóvar es la diseñadora Elisa Bracci, uno de los nombres más destacados de la época–: ¿realmente había un soporte intelectual y creativo que sustentara toda aquella corriente o era solo una celebración psicotrópica de la apertura social después de años de dictadura? “He crecido rodeada de talentos absolutamente disparatados que pertenecían a la Movida –aquí sí podemos caer en el cliché de que eran divertidos, alborotados e hiperactivos–, pero siempre salto un poco reivindicativa y digo: ‘Sí, se lo pasaban muy bien, pero fue mucho más’”, arguye Casado. “Empecé a hablar con más gente sobre cómo es posible que permitamos que exista una idea tan simplista y estereotipada sobre aquello. Muchos amigos de mi generación, especialmente de la cultura, coincidían conmigo y decidimos juntarnos para reivindicarlo desde un lugar muy pequeño, desde una voz ciudadana: productores de cine, gente del arte, activistas sociales, periodistas, escritores... ya somos más de 300”, explica acerca de cómo arrancó todo.

Los motivos que explican la banalización del movimiento cultural más importante que se dio en nuestro país en la década de los 80 son variados, pero muchos tienen que ver con la intensa vida nocturna y el hedonismo que practicaban activamente muchos de sus miembros más destacados, como si esa disposición al placer incapacitara el valor artístico de la obra que entonces se estaba produciendo. “Durante años ha sido un poco denostada por la frivolidad del momento, por no salir a las calles como el mayo del 68 francés, cuando lo que hacían era abrir paso desde la libertad del ser y la necesidad de crear. Mi madre y muchos de sus amigos siempre me han contado que ellos salían todas las noches, pero que cada día cumplían con sus responsabilidades laborales”, defiende Casado. La etiqueta de ‘movimiento’ que se le atribuye a la Movida también tiene que ver con los vasos comunicantes que se establecieron entre sus miembros, que tejieron de manera muy consciente y elaborada una intensa comunidad artística en la que la inspiración fluía en todas direcciones. “La fotografía inmortalizaba a sus colegas artistas, el músico componía las bandas sonoras del cineasta, el pintor retrataba a sus amigos saliendo de una discoteca,

el diseñador hacía vestidos para las actrices, el director salía a *performar* o todos colaboraban en una misma revista creada por ellos... No había fronteras en las disciplinas y en su generosidad. No eran niños jugando, eran semillas de intelectuales germinando a través de la acción”, defiende la fundadora de la asociación, que ya ha dado pasos para que el museo que anhelan se haga realidad, aunque de momento se han topado con el espeso muro de la burocracia. “Empezamos a pedir citas con instituciones y, curiosamente, igual que ocurre con todo aquel al que se lo contamos, a los políticos también les parece una buena idea, pero se echan un poco las manos a la cabeza: ¿Dónde están esos fondos? ¿Qué edificio puede ser? ¿De dónde sacamos el dinero? ¿Y si empiezo yo esto y luego hay un cambio de gobierno, en qué se va a quedar? Y aquí andamos esperando que alguien quiera avanzar con todas las respuestas a esas preguntas ya atadas, porque llevamos muchos años trabajando en ello para ponérselo fácil y que no acaben haciendo algo menor y vulgar”, defiende Casado. Pero mientras los que tienen capacidad de decisión y actuación toman cartas en el asunto, ellos siguen construyendo: el pasado mes de octubre se leyó un manifiesto poético en la SGAE que funcionaba como declaración de intenciones de la AACMM y que aunó tanto a protagonistas de la Movida como a gente que, de una forma u otra, apoya el proyecto. “Allí se reunieron amigos que no se veían desde hacía años, eminencias como Luis Gordillo –padre y referente absoluto de los artistas plásticos de entonces–, Pérez Villalta, Alberto García-Alix, Miguel Trillo, Óscar Mariné, Alfonso Albacete... fue bastante mágico porque sintieron el abrazo generacional, cómo se les ponía en valor desde la modernidad actual y no solo desde lo institucional y sus medallas. La sociedad les sigue mirando y admirando”, rememora la impulsora de la agrupación. Además, también están ultimando un podcast, *Todos estábamos vivos* –el nombre es una concesión de Enrique Llamas, autor del libro homónimo, director de comunicación de La Fábrica y socio fundador de la asociación– cuyo título alude a los estertores de la Movida, un momento profundamente trágico con la entrada en escena del sida y el efecto del consumo de drogas durante años.

La última incorporación al proyecto ha sido Rosario Nadal (Palma de Mallorca, 1968) en calidad de asesora artística. “Necesitábamos un verdadero profesional de la industria del arte que no tuviera un vínculo directo con la Movida para que fuera objetivo, tuviera proyección internacional y aportara seriedad cultural. Rosario era perfecta y conectamos desde el principio”, explica Casado. “Crecí teniendo una imagen bastante idealizada de la Movida

"No había FRONTERAS en las disciplinas y en su generosidad. No eran niños jugando, eran semillas de INTELLECTUALES germinando a través de la acción", afirma Carlota Casado.



Cartel del filme de Pedro Almodóvar 'Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón', diseñado por Ceesepe.



y al investigarla más me di cuenta que la realidad era mucho más compleja y rica. Había ideas y principios notablemente adelantados para su época, como la ausencia de prejuicios de género, sexualidad o disciplina artística, que siguen siendo muy relevantes hoy en día. Al mismo tiempo, entendí que no fue un fenómeno completamente abierto ni representó a todas las artes del periodo de transición, sino más bien un movimiento concreto dentro de un contexto histórico más amplio, con un círculo relativamente reducido”, explica la experta en arte, y añade: “Creo que desde una perspectiva curatorial la obra artística que surge durante la Movida trasciende lo estético, es testimonio de un periodo histórico y cultural muy importante para nuestro país. Son obras de arte, música, cine, pero a la vez registros de una época”. De hecho, desde el punto de vista puramente museístico, hay varios hechos clave en la década de los 80: el *Guernica* llegó a España desde el MoMA en 1981, se celebró la primera edición de ARCO en 1982, Andy Warhol visitó Madrid en 1983 y se inauguró el Museo Reina Sofía en 1986. Además, la Movida erigió a la pintora Maruja Mallo como la abuela espiritual del movimiento. “Estos acontecimientos demuestran la apertura y progresiva internacionalización de nuestro país tras décadas de aislamiento y fueron un gesto decisivo de reconexión con una modernidad previa que había sido silenciada”, concede Nadal.

Sin embargo, a pesar del interesante caldo de cultivo que favoreció aquella nueva edad de oro española, algunos creadores, de forma más o menos tácita, renegaron de la Movida en los años

posteriores a su fin en pro de un reconocimiento individual. “Es lógico, es como lo que ocurre con los actores de *Friends*: Matt LeBlanc, por ejemplo, quería ser reconocido por algo más que por ser Joey Tribbiani en la serie. Así que aquí empieza la primera etapa de rechazo. Además la propia cultura española —ensalzada antes por el gobierno de Tierno Galván— empieza a no tomárselo en serio y a verlo como un acto de rebeldía sin causa, falto de contenido y así terminan de verlos también el resto de la sociedad española”, reflexiona Casado. Sin embargo, el tiempo ha reubicado las piezas en su lugar y los creadores que entonces propiciaron esa distancia, ahora la acortan reconciliados con lo que un día les unió. “El tiempo, la madurez y la distancia han dado sus frutos, los jóvenes miran hacia ellos, les admiran, y de repente ya no fue solo frivolidad, fueron sus inicios. Nos asesoran en la sombra, con modestia, pero muy involucrados y te diría que ilusionados”, confiesa. “Todos los que siguen vivos, siguen trabajando casi tan compulsivamente como en los 80: Miguel Trillo no para de viajar en busca de sus tribus urbanas; Alberto García-Alix ha montado su librería y sigue en activo; Guillermo Pérez Villalta y Luis Gordillo van casi a exposición por año; Ana Curra no para de dar conciertos y sacar discos; Manolo Campoamor, miembro de Kaka de Luxe, ha montado un grupo lleno de gente superjoven; y qué decir de Pedro Almodóvar, que dirige una película al año, escribe novelas, pinta cuadros, hace fotos, diseña muebles... que alguien me explique cuál fue la pócima secreta”. Una que se merece, sin duda, ese lugar donde ser venerada.

"Había ideas y principios notablemente ADELANTADOS para su época, como la ausencia de PREJUICIOS de género, sexualidad o disciplina artística, que siguen siendo muy relevantes", dice Rosario Nadal.

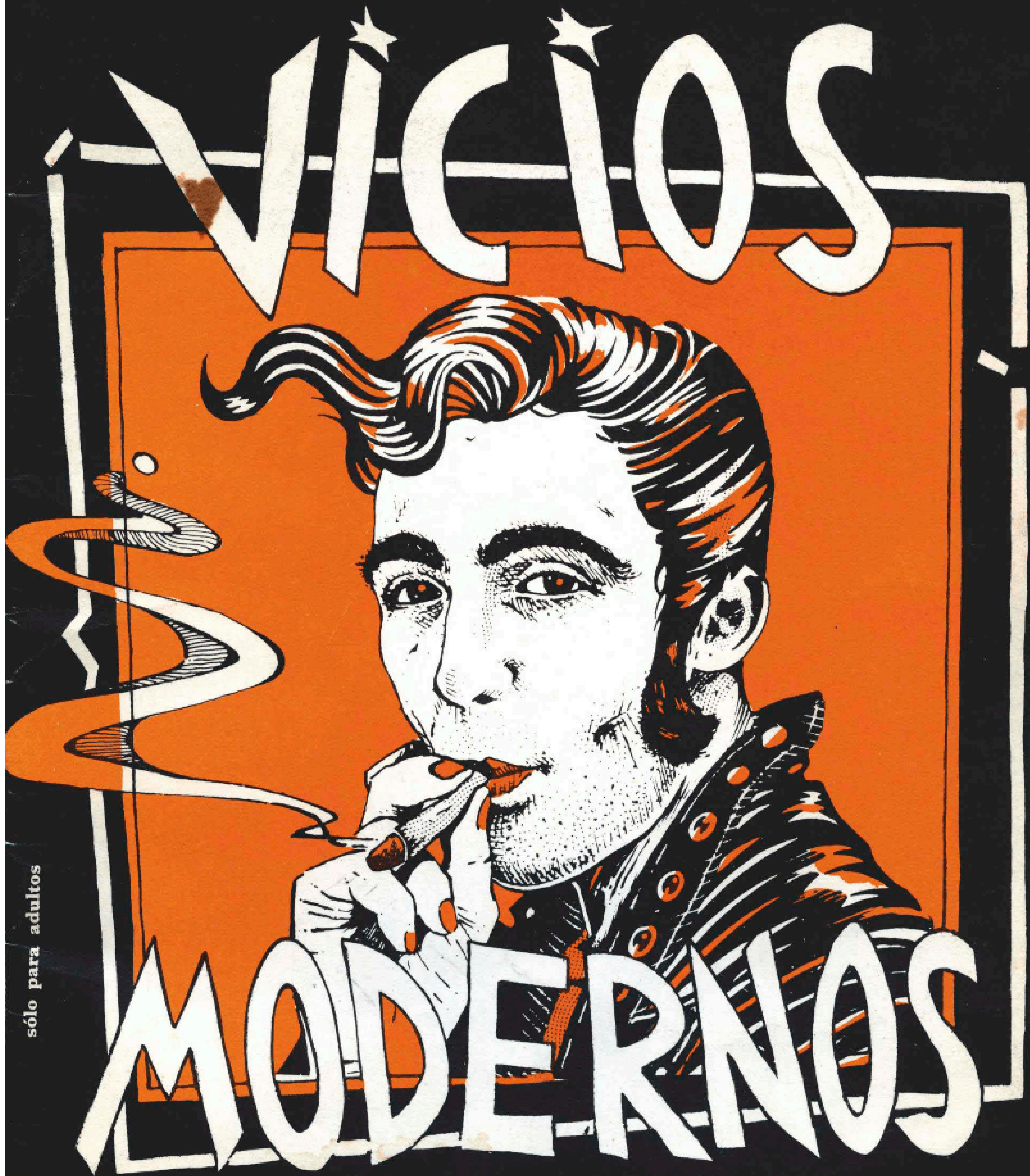


*Sobre estas líneas, un 'look' de la colección de primavera-verano 1989 de Jesús del Pozo, fotografiado por Javier Vallhonrat.
En la página anterior, 'Escena. Personajes a la salida de un concierto de rock' (1979), de Guillermo Pérez Villalta.*

"[La portada de 'Vicios Modernos'] para mí fue la entrada al MODERNISMO de aquel tiempo. Lo hizo la Cascorro Factory, que éramos Ceesepe y yo, editábamos CÓMICS 'UNDERGROUND' y teníamos un puesto en El Rastro", recuerda Alberto García-Alix.



CASCORRO FACTORY
presenta



sólo para adultos

Fotografía
ALBERTO G. ALIX

Letra y Dibujo
CEESEPE

En la página anterior, una imagen de la campaña de otoño-invierno 1987/1988 de Elisa Bracci fotografiada por Alberto García-Alix. Sobre estas líneas, 'Vicios Modernos', el cómic de Cesepe.



***"El tiempo, LA MADUREZ y la distancia
han dado sus frutos, los jóvenes miran hacia
ellos, les ADMIRAN, y de repente ya no fue solo
frivolidad, fueron sus inicios", concede Casado.***

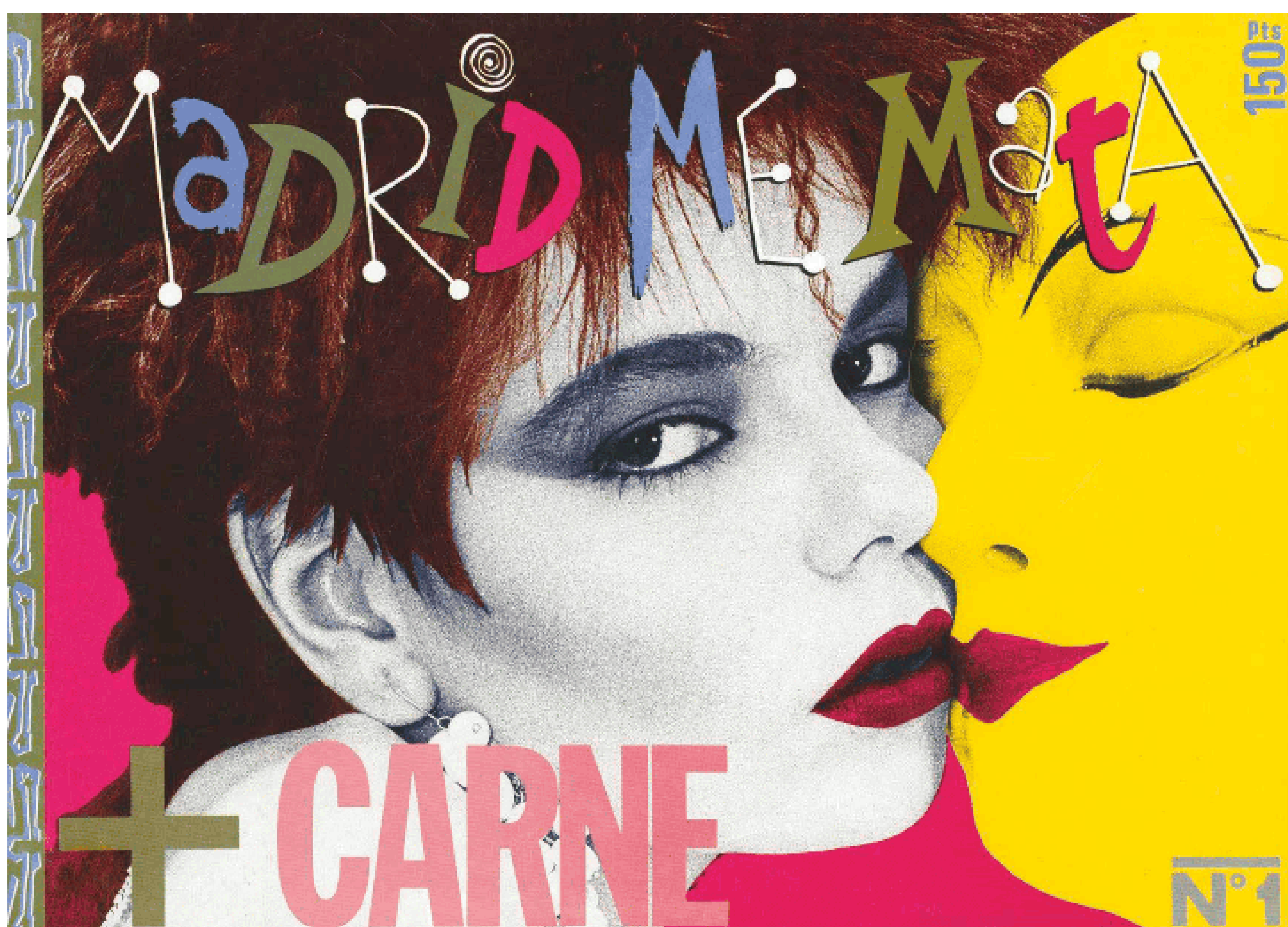


En la página anterior, 'Santa Cecilia' (1988), de Sigfrido Martín Begué, un cuadro que, además, aparece en 'Amarga Navidad', la última película de Pedro Almodóvar. En esta página, el grupo Peor Imposible fotografiado por Alberto García-Alix.



*Sobre estas líneas, 'Fabio, agente secreto' (1982), de Pablo Pérez-Mínguez.
En la página siguiente, arriba, una imagen tomada en la sala Rock-Ola por Miguel Trillo;
abajo, la portada del primer número de la revista 'Madrid Me Mata', diseño de Oscar Mariné.*

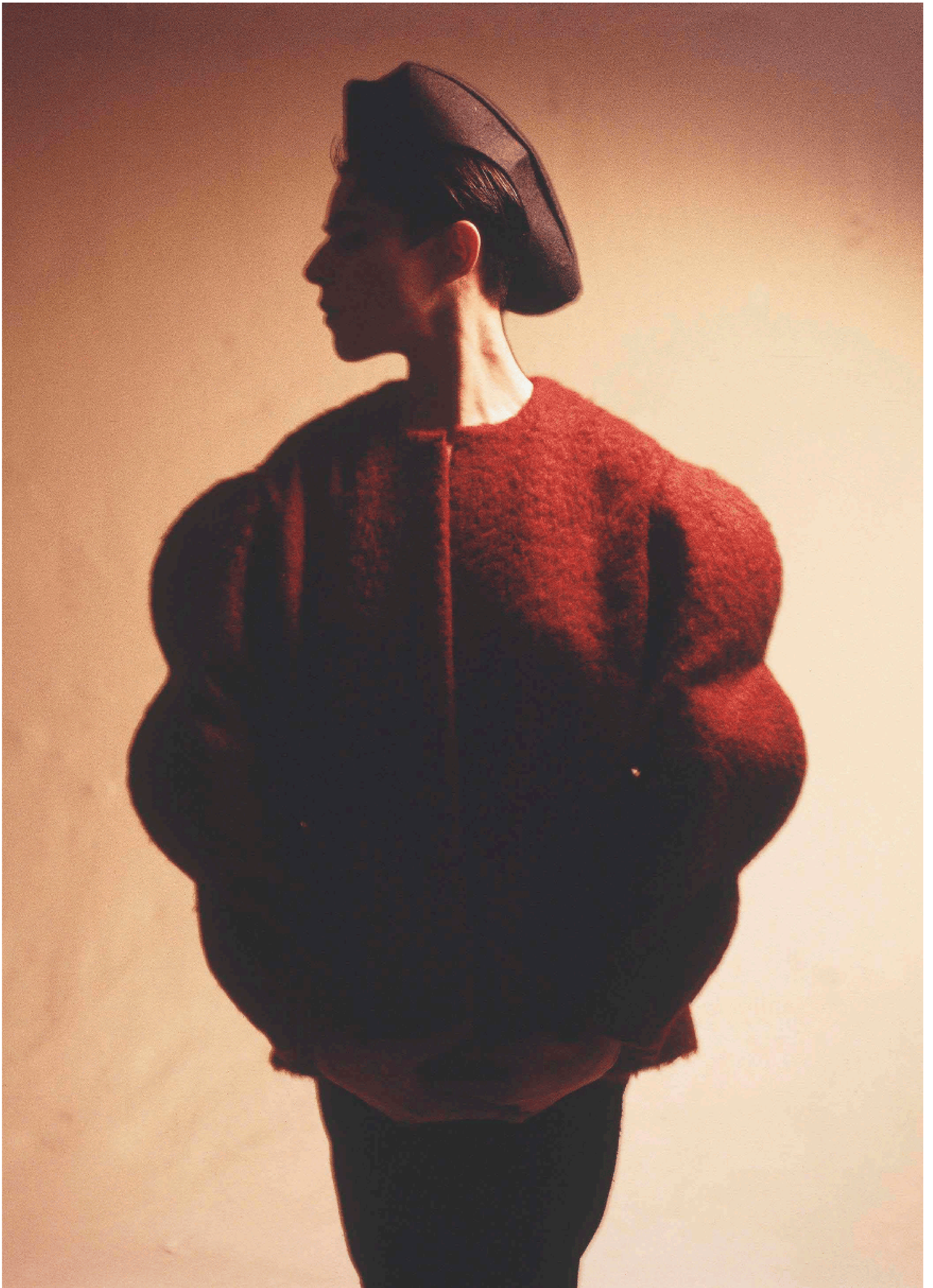
“La Movida fue obra de una intelectualidad ARTÍSTICA y noctámbula y acabó siendo un movimiento de LIBERACIÓN juvenil muy festivo y creativo”, señala Miguel Trillo.



“La obra ARTÍSTICA que surge durante la Movida trasciende lo estético, es TESTIMONIO de un periodo histórico y cultural muy importante para nuestro país”, argumenta Nadal.



Sobre estas líneas, 'En el estudio' (1979), de Alfonso Albacete. En la página siguiente, una imagen de la colección otoño-invierno 1985/1986 de Sybilla.





SORPRÉNDEME

*Los CÓDIGOS DE ESTILO dejan a un lado las reglas y
apuestan por combinaciones atrevidas e inesperadas con
un toque PUNK. Fotografía ANTHONY SEKLAOUI.
Estilismo MALINA JOSEPH GILCHRIST.*

En la página anterior,
Jacqui Hooper lleva vestido
y pendientes, todo de
SAINT LAURENT
BY ANTHONY
VACCARELLO.
En esta página, de izda.
a dcha., Rejoice Chuol
y Awar Odhiang llevan
'total looks' de ALAÏA.





*En esta página, Ida
Heiner lleva 'total look' de
BOTTEGA VENETA.
En la página anterior,
'total look' de PRADA.*





En la página anterior, Jacqui Hooper lleva 'total look' de DIOR.
En esta página, de izda. a dcha.,
Ida Heiner lleva conjunto
de VALENTINO; zapatos de
CHRISTIAN LOUBOUTIN;
y pendientes de JUJU VERA.
Bibi Breslin luce chaqueta, top y
pantalón, todo de THE ROW;
zapatos de CHRISTIAN
LOUBOUTIN; y pendientes de
VALENTINO GARAVANI







En la página anterior, Jacqui y Rejoice llevan 'total looks' de PRADA. En esta página, Bibi luce top y pantalones de SCHIAPARELLI; cinturón, pendientes y cadenas, todo de VERSACE; y zapatos de LOEWE.



En la página anterior, Awar lleva 'total look' de SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO. En esta página, Mathilda Gvarhiani y Bibi Breslin lucen 'total looks' de DOLCE & GABBANA. La chaqueta de Mathilda es de RALPH LAUREN COLLECTION.







*En la página anterior,
Jacqui lleva 'total look'
de CELINE; y Mathilda,
de BALENCIAGA; y
pendientes de JUJU VERA.
En esta página, Awar
luce top y falda, ambos de
GIVENCHY BY SARAH
BURTON; y zapatos
de FERRAGAMO.
Y Bibi, 'total look' de
SAINT LAURENT
BY ANTHONY
VACCARELLO.*



*En esta página, Ida y Bibi llevan
'total looks' de FERRAGAMO.
En la página siguiente,
Awar luce jersey de UNIQLO;
y sujetador, pendientes, collar y
brazalete, todo de VERSACE.*





En esta doble página, de izda.
a dcha., Jacqui lleva traje y
sujetador, ambos de MICHAEL
KORS COLLECTION; y
camisa de RALPH LAUREN
COLLECTION. Mathilda, con
'total look' de RALPH LAUREN
COLLECTION; y pendientes
de GIVENCHY BY SARAH
BURTON. Ida, con chaqueta y
sujetador, ambos de GIVENCHY
BY SARAH BURTON;
y gorra de SCHIAPARELLI.





*En la página anterior,
Rejoice y Jacqui con
'total looks' de SAINT
LAURENT BY
ANTHONY
VACCARELLO.
En esta página, Ida
y Mathilda, con 'total
looks' de MIU MIU.*

*Peluquería: Damien
Boissinot. Maquillaje:
Hiromi Ueda. Manicura:
Alexandra Janowski.
Producción: White Dot.
Costurera: Alami
Fatim-Zahra.*



¿ATIENDELO COMPLETO?

*La vibrante EXPLOSIÓN DE COLOR de esta temporada pone su
OPTIMISMO al servicio de los quehaceres diarios. Un 'GLAMOUR'
espontáneo a prueba de aspiradoras, 'tablets' y supermercados.
Fotografía FAUSTO ELIZALDE. Estilismo ALICIA PADRÓN.*



*Clara Denison lleva
vestido de GIVENCHY
BY SARAH BURTON;
zapatos de STELLA
McCARTNEY; y
pendientes de BERRIES.*

¿Feminidad o feminismo?

El retorno a la pasarela del DELANTAL consolida la estética ‘TRADWIFE’ de la AMA DE CASA tradicional y abre el debate sobre el regreso de los valores que representa. Por NURIA LUIS.

P

arecen más adecuados para pelar patatas que para desfilan. Pero ahí están el delantal o la bata doméstica como renovados gestos que la moda ha hecho propios en 2026. Las colecciones de primavera-verano han dado su beneplácito a un arquetipo, el de la ama de casa, que llevaba cocinándose a fuego lento en internet desde hace al menos un par de años. Sobre la pasarela, el péndulo oscila entre la sofisticada madre de extrarradio, defendida por Chloé o Fendi, y la atareada en los quehaceres del hogar, con firmas como Miu Miu o Rave Review como referentes. En cualquiera de sus vertientes, la tónica es subrayar una imagen muy delicada, como la que se convirtió en el canon de belleza imperante durante los años 50. Si en 2024 el *babydoll* ya abrió la puerta a una feminidad clásica, las faldas evasé y los *twin-sets*

apelan ahora a un ideal menos inocente, pero igual de tradicional. “No es nada nuevo”, sostiene Caro Claire Burke, autora de *Yesteryear*, una novela sobre una ama de casa tradicional que viaja en el tiempo. “Es la misma visión anticuada de la feminidad que se ha opuesto a la de la mujer trabajadora durante los últimos 70 años. Solo se siente culturalmente nuevo para las que crecieron en los 2000”, cavila.

Esta periodista también se refiere así a fenómenos como el de las *influencers* Hannah Neeleman (Ballerina Farm en Instagram) o Nara Smith, dos controvertidas figuras que causan furor en redes sociales promulgando un estilo de vida asociado al ángel del hogar. La primera lo hace desde una perspectiva más bucólica y campestre; la segunda, enfundada en impecables *looks* de Chanel. Su manera de perpetuar los roles tradicionales de género es una fórmula escapista que se alinea, *grosso modo*, con el retorno a la hiperfeminidad. Ahí la nostalgia funciona como un catalizador: “Estos valores resurgen fácilmente en momentos de auge de ideales políticos altamente conservadores, como el actual”, justifica Ilya Parkins, profesora especializada en moda y estudios de género de la Universidad British Columbia. “La extrema derecha en as-

“EL DELANTAL es lo suficientemente CONTROVERTIDO como para generar TITULARES, pero lo suficientemente SUSTANCIAL como para resistir el ESCRUTINIO”, afirma Camille Moore.

censo evoca una era dorada imaginaria: el pasado siempre se percibe como más puro y mejor que el corrupto presente”. Burke también matiza el contexto social en el que regresa la estética de ama de casa como una etapa reaccionaria contra el feminismo que marcó los años del #MeToo. Es, además, una cuestión socioeconómica: en Estados Unidos, por ejemplo, más de 400.000 mujeres abandonaron su trabajo en 2025 por los prohibitivos costes del cuidado de los hijos (la mayor deserción laboral en 40 años protagonizada en el país por madres de niños pequeños, según un estudio de la Universidad de Kansas).

La tendencia social se encuentra en alza y se alinea con el interés por una manera de vivir (el de las esposas tradicionales) que ya tuvo su eco en los sentimientos antilaborales que surgieron durante la pandemia. Sin embargo, el estilo de vida que triunfa en redes sociales, el que venden *influencers* como Nara Smith, es más “una especie de propaganda”, como describe Burke, que una realidad. Y parece apelar a un sector de la población muy concreto tal y como recogía un artículo de *The New York Times* en el que hablaban con universitarias cuya aspiración era ser amas de casa: “Como han visto tantas veces antes las activistas por los derechos de la mujer y los historiadores, a las jóvenes les resulta catártico culpar al feminismo por no haber logrado resolver sus problemas”, recogía el diario.

La apropiación que hace la moda de la imagen de las amas de casa es harina de otro costal un poco controvertido. ¿Es posible descontextualizar esta estética de los valores conservadores con los que se ha asociado históricamente? Las opiniones de las expertas son de lo más dispares. Para Parkins, los diseñadores lo abordan desde un punto irónico, pero no puede desvincularse de dichas ideas. Según Burke, se trata de una discusión que no lleva a ningún punto: “No es viable alinear tu política con cada cosa que haces. Si te gusta llevar un vestido, no tiene por qué significar nada”, medita. En este punto coincide con Camille Moore, copresentadora del podcast *The Art of the Brand*: “Se trata de un lenguaje visual, no de un manifiesto político”, comenta, enmarcando la tendencia en un retorno genérico a la tradición que parece apelar especialmente a la generación Z. “Creo que las estéticas vinculadas a la tradición no se oponen intrínsecamente a las ideas feministas. Plantearlo como un enfrentamiento entre ‘esposas tradicionales’ y ‘esposas feministas’ crea una falsa dicotomía”. Para esta experta en estrategia de marca, la imagen clásica de ama de casa es en sí misma neutral y son los valores de cada firma y su ejecución los que determinan el mensaje. Que algunas compañías intenten hacer caja con esta propuesta siendo más afines a ideales progresistas para ella no es una desconexión, sino una alineación con lo que les rodea. “Las marcas se hacen eco del momento y responden a lo que los consumidores desean”, sostiene. De este modo, Moore ve alianzas como la de Marc Jacobs con Nara Smith o la de Ralph Lauren con el marido de esta, el modelo Lucky Blue Smith (al que invitó a desfilarse en 2024) como parte de una estrategia más ingeniosa que arriesgada: “Jugar sobre seguro es aburrido y cuando estás intentando captar

“La extrema DERECHA en ascenso evoca una era DORADA imaginaria: el PASADO siempre se percibe como más PURO y MEJOR que el corrupto presente”, apunta Ilya Parkins.

la atención, necesitas algo atrevido”, declara. “Las marcas dispuestas a abrazar figuras que generen conversación cultural son las que se mantienen relevantes. La controversia no es el objetivo, sino la resonancia que puedan conseguir”.

En la misma línea se mueve el delantal, quizá la mejor metáfora sobre la pasarela del fenómeno *trad-wife*. “Para mí esta prenda refleja la verdadera y difícil vida de las mujeres a lo largo de la historia, desde las fábricas hasta el hogar”, sopesaba Miuccia Prada al respecto de todas las modalidades, tanto las domésticas como las laborales, que incluyó en la colección estival de Miu Miu. Ver a celebridades como Emma Corrin luciendo su delantal con flores y volantes sobre la alfombra roja resulta tan chirriante como refrescante, pero la marca italiana ya ha conseguido su objetivo: como cita Parkins, se convierte en objeto de debate por todos los múltiples y paradójicos significados que posee. “Es lo suficientemente controvertido como para generar titulares, pero lo suficientemente sustancial como para resistir el escrutinio”, añade Moore. La cuestión en 2026 no es elegir entre feminidad o feminismo, sino quizá abrazar todas las contradicciones. Históricamente, con el delantal sucede lo mismo que con otras piezas como el corsé: como meditaba un artículo de *Bustle*, la trampa real no es la prenda, sino “la idea de que solo haya una única manera de ser una mujer”. O de ser femenina.



*Vestido y falda, ambos de
BOTTEGA VENETA;
medias de EMILIO
CAVALLINI; zapatos de
MANGO; y pendientes
de SAINT LAURENT
POR ANTHONY
VACCARELLO.*

*Vestido acolchado de
GUCCI; pendientes
de TOUS; y guantes
de la estilista.*







*Corsé de STELLA
McCARTNEY; pantalones
con flecos de PAULA
CÁNOVAS DEL VAS;
zapatos de piel, de DIOR;
bolso de EMPORIO
ARMANI; y brazaletes
de BERRIES.*

*Chaqueta, top y 'shorts',
todo de PRADA; medias
y guantes de la estilista.*





*Vestido de MUGLER;
zapatos de ALAÏA; medias
de EMILIO CAVALLINI;
y pendientes de BERRIES.*

*Vestido y zapatos de piel,
todo de LOEWE; medias de
EMILIO CAVALLINI; y
pendientes de BERRIES.*





*Vestido de FENDI,
gorro de MANGO,
pendientes y zapatos,
todo de GIVENCHY
BY SARAH BURTON.*



*Arriba, vestido de DRIES
VAN NOTEN; falda de
Nº 21 BY ALESSANDRO
DELL'ACQUA;
pendientes y brazaletes,
todo de BERRIES.*

*Chaqueta de piel, de
BALENCIAGA; camisa
de ISSEY MIYAKE;
pantalón de GIORGIO
ARMANI; zapatos de
SAINT LAURENT
BY ANTHONY
VACCARELLO; y
pendientes de 1CONCEPT.*



*Polo, pantalón y zapatos,
todo de DIOR.*





Camisa y falda, ambas de VALENTINO; medias de EMILIO CAVALLINI; zapatos de VALENTINO GARAVANI; pendientes, 'ear cuff', anillos y brazalete, todo de TOUS.

Maquillaje y peluquería: Manuela Pane (Kasteel Management) para Dior Beauty. Atrezo: Cito Ballesta. Ayudante de fotografía: Mario Val. Ayudante de estilismo: Irene Monje. Ayudante de maquillaje y peluquería: Ariadna Martín. Ayudante de producción: Marta Díaz. Modelo: Clara Denison (Elite). Agradecimiento: Ikea.

DIPLOMAS

Tu futuro en la moda empieza en Vogue College of Fashion

Diseño de Moda, Organización y
Creación de Eventos, Estilismo de Moda,
Fotografía de Moda, Estilismo de Interior,
Wedding Planner, Dirección Creativa.



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com

infoadmisiones@voguecollege.com